

## **EFEKTIVITAS MEDIA DAN DESAIN PESAN UNTUK KAMPANYE GERAKAN MAKAN BUAH DAN SAYUR PADA REMAJA (STUDI KASUS SISWA KELAS IX SMP DI KECAMATAN TIGARAKSA)**

### **EFFECTIVENESS OF MEDIA AND MESSAGE DESIGN IN COMSUMING FRUIT AND VEGETABLE CAMPAIGN FOR YOUTH (CASE STUDY OF 9TH GRADE JUNIOR HIGH SCHOOL STUDENTS IN TIGARAKSA DISTRICT)**

**Fetty Ratu Permata<sup>1</sup>, Rusmana<sup>2</sup>, dan Yudi LA Salampessy<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Pertanian, Pascasarjana Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

<sup>2</sup>Program Studi Agroekoteknologi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

<sup>3</sup> Program Studi agribisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

<sup>1</sup> Email: [fettyrp@gmail.com](mailto:fettyrp@gmail.com)

#### **Abstrak**

*Mengubah pola pikir remaja ke arah pola konsumsi pangan Beragam, Bergizi, Seimbang dan Aman (B2SA) bukanlah hal yang mudah, karena sangat dipengaruhi oleh budaya, selera, dan kebiasaan makan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kombinasi media dan desain pesan yang efektif dalam kampanye gerakan makan buah dan sayur. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kuasi eksperimental dengan pendekatan kuantitatif. Rancangan percobaan dilakukan dengan membagi 6 kelompok kombinasi media dan desain pesan, yaitu chatt positif, chatt negatif, leaflet positif, leaflet negatif, audio visual (video) positif, dan audio visual (video) negatif. Sampel penelitian ini adalah siswa kelas IX di SMP Negeri Tigaraksa yang dipilih dengan menggunakan teknik proportional random sampling. Hasil analisis pada variabel tingkat pengetahuan menunjukkan tidak ada perbedaan pengaruh pada desain pesan. Demikian pula pada kombinasi media dengan desain pesan. Perbedaan pengaruh hanya terjadi pada media saja, dan media leaflet dan audio visual (video) merupakan media yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan siswa mengenai manfaat buah dan sayur. Sedang pada variabel sikap menunjukkan adanya perbedaan pengaruh pada media, desain pesan, maupun kombinasi keduanya, dan kombinasi media audio visual (video) dengan desain pesan negatif merupakan kombinasi yang efektif untuk meningkatkan sikap positif siswa terhadap makan buah dan sayur.*

**Kata Kunci:** *efektivitas, media, desain pesan, konsumsi buah sayur*

#### **Abstract**

*Changing the mindset of youth towards a pattern of Diverse, Nutritious, Balanced and Safe (B2SA) food consumption is not easy, because it is strongly influenced by culture, tastes, and eating habits. This study aimed to determine the effective combination of media and message design in the campaign of fruit and vegetable consuming. This study was designed as a quasi-experimental research with a quantitative approach. The experimental design was carried out by dividing 6 groups of media and message design combinations, namely positive chat, negative chat, positive leaflet, negative leaflet, positive audio visual (video), and negative audio visual (video). The sample of this study was grade 9th students at SMP Negeri Tigaraksa who were selected using the proportional random sampling technique. The analysis on the level of knowledge resulted that there was no difference effect of message design, as well as the combination of media and message design. The difference in effects only occurs in the media, which leaflets and audio-visual (video) are effective to increase students' knowledge about the benefits of fruits and vegetables consuming.*

*Meanwhile, the analysis on attitude variable showed that there were a different effect on the media, message design, or a combination of both, which the combination of audio-visual (video) and negative message design was effective to increase students' positive attitudes towards consuming fruits and vegetables.*

**Keywords:** *effectiveness, media, message design, fruit vegetable consumption*

## **PENDAHULUAN**

Kualitas pangan sekaligus keragaman/diversifikasi konsumsi pangan selama ini diukur dari skor Pola Pangan Harapan (PPH). Konsumsi pangan masyarakat Kabupaten Tangerang belum beragam dan seimbang antar kelompok pangan serta belum mencapai target yang diharapkan, sehingga perlu upaya yang komprehensif untuk merubah pola pikir masyarakat ke arah pola konsumsi pangan yang beragam, bergizi, seimbang.

Pentingnya mengkonsumsi pangan yang beragam, bergizi dan seimbang adalah untuk menciptakan sumberdaya manusia yang berkualitas dan unggul. Untuk jangka waktu yang panjang, pola konsumsi pangan masyarakat yang lebih beragam baik untuk jenis pangan sumber karbohidrat, protein, juga vitamin dan mineral akan dapat mencegah terjadinya *stunting* yang telah menjadi krisis global (Gaspersz et.al., 2020; Simamora dan Kresnawati, 2021). Pada sisi lain, makan sayur dan buah juga sangat penting bagi remaja karena membantu mencegah terjadinya penyakit degeneratif dan kanker.

Salah satu kampanye yang tengah digalakkan Pemerintah Kabupaten Tangerang saat ini adalah Gerakan Makan Buah dan Sayur. Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat, khususnya remaja akan lebih terbuka wawasannya tentang pentingnya konsumsi gizi seimbang dengan memasukkan buah dan sayur dalam porsi makanannya setiap hari. Remaja sebagai generasi milenial memiliki karakteristik kreatif, dinamis, melek teknologi, dan dekat dengan media sosial (Budiati *et al.* 2018). Dengan demikian efektivitas kampanye makan buah dan sayur mensyaratkan kesesuaian antara karakteristik tersebut dengan metode kampanye yang diterapkan. Utamanya pemanfaatan media dan penyusunan desain pesan yang sesuai dengan karakteristik remaja saat ini. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengetahui kombinasi media dan desain pesan seperti apakah yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap siswa SMP Negeri di Kecamatan Tigaraksa mengenai manfaat makan buah dan sayur.

## **METODE**

### **Rancangan Penelitian**

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kuasi eksperimental dengan pendekatan kuantitatif. Dalam desain ini akan dibuat enam kelompok yang dipilih secara random sampling kemudian diberi *pretest* untuk mengetahui perbedaan keadaan awal dan *posttest* untuk mengetahui perbedaan keadaan akhir. Rancangan percobaan secara sederhana dapat dilihat dalam Tabel 1.

**Tabel 1.** Rancangan Penelitian

Media	Desain pesan	
	Positif (P)	Negatif (N)
Leaflet (L)	LP	LN
Audio Visual (A)	AP	AN
Chatt (C)	CP	CN

Keterangan :

LP : Kombinasi media leaflet dengan pesan positif

LN : Kombinasi media leaflet dengan pesan negatif

AP : Kombinasi media audio visual dengan pesan positif

AN : Kombinasi media audio visual dengan pesan negatif

CP : Kombinasi media *chatt* dengan pesan positif

CN : Kombinasi media *chatt* dengan pesan negatif

**Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian adalah siswa kelas IX SMP negeri di Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang. Untuk keperluan percobaan, sampel ditentukan sebanyak 186 siswa. Dengan demikian setiap kelompok percobaan beranggotakan 31 sampel. Hal ini sesuai dengan teorema limit pusat, yaitu data dapat diasumsikan menyebar normal setelah berjumlah lebih dari 30. Selanjutnya sampel ditarik menggunakan *proportional random sampling*. Adapun data yang digunakan meliputi data primer (melalui pengisian kuesioner) dan data sekunder yang diperoleh dari Dinas Pendidikan, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, dan lembaga sekolah (SMP negeri di Kecamatan Tigaraksa).

**Validitas dan Reliabilitas**

Untuk menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan (Arikunto 2013).

$$r_{XY} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \tag{1}$$

Keterangan:

X = Skor dari tes pertama (instrumen A)

Y = Skor dari tes pertama (instrumen B)

XY = Hasil kali skor X dengan Y untuk setiap responden

X<sup>2</sup> = Skor kuadrat instrumen A

Y<sup>2</sup> = Skor kuadrat instrumen B

N = jumlah sampel

Sedang pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus *Alfa Cronbach* dengan rumus :

$$r = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right) \tag{2}$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas yang dicari

k = jumlah butir pernyataan

σ<sub>i</sub><sup>2</sup> = varian butir-butir pernyataan

σ<sup>2</sup> = varian skor pernyataan

## Teknik Analisis Data

### **Analisis statistik deskriptif**

Statistik deskriptif sifatnya sangat sederhana dalam arti tidak menghitung atau tidak pula menggeneralisasikan hasil penelitian. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari distribusi frekuensi dan tabulasi silang.

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data *pretest* dan *posttest* berdistribusi normal atau tidak. Uji ini menggunakan uji chi kuadrat dengan rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \quad (3)$$

Keterangan :

$X^2$  = nilai chi kuadrat

$f_o$  = frekuensi hasil observasi

$f_e$  = frekuensi teoritik/ekspektasi/harapan

### **Uji Homogenitas**

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui keseragaman data penelitian. Pada penelitian ini uji homogenitas dilakukan terhadap selisih nilai pretes dan nilai postes. Selisih nilai diuji menggunakan Uji Bartlett dengan rumus sebagai berikut :

$$x_{hitung}^2 = (\log 10) \times (B - \sum dk \log S) \quad (4)$$

Keterangan :

$$S = \frac{n_1 - 1 s_1 + n_2 - 1 s_2 + \dots + n_x - 1 s_x}{n_1 - 1 + n_2 - 1 + \dots + n_x - 1}$$

$$B = (\log S) \times \sum n_i - 1$$

Jika pada perhitungan data awal diperoleh  $x_{hitung}^2 \geq x_{tabel}^2$  maka berarti data tidak homogen, tetapi jika  $x_{hitung}^2 < x_{tabel}^2$  berarti data homogen.

### **Uji Anova**

Uji Anova dengan menggunakan program SPSS untuk menguji perbedaan rerata antar kelompok dengan kriteria :

- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, yang artinya tidak terdapat perbedaan antarkelompok perlakuan.
- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat perbedaan antarkelompok perlakuan.

### **Uji Tukey**

Selanjutnya uji Tukey dilakukan untuk membandingkan efektivitas di antara kelompok-kelompok dengan jumlah sampel yang sama. Adapun langkah-langkah dalam uji Tukey yaitu :

- Menentukan kontras antar kelompok (C) yaitu perbedaan antara rata-rata yang dibandingkan
- Menentukan nilai kritis HSD dengan rumus :

$$HSD = q_{\alpha(v,k)} \sqrt{\frac{KTG}{n}} \quad (5)$$

Keterangan :

- k = jumlah kelompok
- v = derajat bebas galat
- n = banyaknya sampel
- $q_{\alpha(v,k)}$  = nilai tabel *studentized range statistic*
- KTD = kuadrat tengah galat

- Membandingkan nilai HSD dengan nilai kontras

Sedang hipotesis yang diuji adalah :

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5 = \mu_6$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri di Kecamatan Tigaraksa, yaitu SMPN 1 Tigaraksa, SMPN 2 Tigaraksa, SMPN 3 Tigaraksa, dan SMPN 4 Tigaraksa. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan dasar menjadi pendorong utama besarnya jumlah peserta didik di SMP Negeri di Kecamatan Tigaraksa, sebagaimana dapat dilihat dalam Tabel 2.

**Tabel 2.** Peserta didik SMP Negeri 1, 2, 3, dan 4 di Kecamatan Tigaraksa

Sekolah	Kelas VII (orang)		Kelas VIII (orang)		Kelas IX (orang)		Total (orang)
	L	P	L	P	L	P	
SMPN 1 Tigaraksa	144	177	176	145	155	161	958
SMPN 2 Tigaraksa	204	197	167	155	201	206	1130
SMPN 3 Tigaraksa	148	147	144	121	143	135	838
SMPN 4 Tigaraksa	138	129	154	97	116	99	733
Jumlah	634	650	641	518	615	601	3659

Sumber : Dinas Pendidikan Kabupaten Tangerang, 2020.

Kegiatan belajar mengajar pada masa wabah penyakit akibat virus *Corona Disease (Covid 19)* di Kabupaten Tangerang harus dilaksanakan di rumah melalui pembelajaran *daring*/jarak jauh untuk memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi peserta didik. Sehingga kegiatan pengambilan data primer dalam penelitian ini pun juga dilakukan secara *daring*.

### Karakteristik Responden

Rata-rata umur responden adalah 14 tahun dalam rentang umur 13 sampai dengan 16 tahun. Kebanyakan siswa kelas IX SMPN lahir pada tahun 2007. Hal ini disebabkan karena siswa masuk Sekolah Dasar (SD) di umur yang tidak sama, sehingga terjadi perbedaan umur ketika belajar di kelas IX SMP. Tabel 3 memuat distribusi responden berdasarkan umur.

**Tabel 3.** Distribusi responden berdasarkan umur

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persen (%)
<14	12	6,45
14	108	58,06
>14	66	35,59
Total	186	100

Sumber : Data primer

Sedang distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dimuat dalam Tabel 4, dimana kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini terkait dengan pemilihan sampel dengan karakteristik yang sama, yaitu siswa yang masuk dalam peringkat 10 besar di kelasnya. Siswa yang masuk dalam peringkat 10 besar di SMPN Tigaraksa didominasi siswa dengan jenis kelamin perempuan. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa bahwa *self-regulated learning* siswa perempuan lebih tinggi dari pada siswa laki-laki, sehingga turut mendukung prestasi pendidikannya (Yudhistira *et. al.*, 2020). Perempuan dalam hal ini diposisikan sebagai individu yang memiliki prestasi belajar yang lebih baik dari pada laki-laki.

**Tabel 4.** Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persen (%)
Laki-Laki	50	26,89
Perempuan	136	73,11
Total	186	100

Sumber : Data primer

Sesuai dengan tujuan penelitian, seluruh responden yang terlibat selanjutnya dibagi menjadi enam kelompok berdasarkan kombinasi perlakuan media dan desain pesan komunikasi yang akan diberikan seperti yang disajikan dalam Tabel 5.

**Tabel 5.** Kombinasi Perlakuan

Nomor Kelompok	Kombinasi Perlakuan	Jumlah Responden (orang)
1	Audio Visual-Pesan Negatif	31
2	Audio Visual-Pesan Positif	31
3	Pesan teks singkat ( <i>chatt</i> ) - Pesan Negatif	31
4	Pesan teks singkat ( <i>chatt</i> ) - Pesan Positif	31
5	Leaflet – Pesan Negatif	31
6	Leaflet – Pesan Positif	31

Sumber : Data primer

### Tingkat Pengetahuan Tentang Manfaat Makan Buah dan Sayur

Secara umum responden cukup mengetahui manfaat dari makan buah dan sayur dengan rata-rata skor 6,27 dalam rentang skor 0 sampai dengan 10. Walaupun demikian masih terdapat sebagian responden yang tingkat pengetahuannya mengenai manfaat dari makan buah dan sayur termasuk dalam kategori rendah (28,49 persen). Tabel 6 memuat distribusi responden berdasarkan tingkat pengetahuan mengenai manfaat buah dan sayur.

**Tabel 6.** Distribusi responden berdasarkan pengetahuan tentang manfaat buah & sayur

Pengetahuan	Skor	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Rendah	< 5,51	53	28,49
Sedang	5,51 – 7,45	98	52,68
Tinggi	>7,45	35	18,81
Jumlah		186	100

Sumber : Data primer (diolah)

Tampak bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pengetahuan dalam kategori sedang (52,68 persen). Pengetahuan remaja tentang pengetahuan gizi adalah pemahaman seseorang tentang ilmu gizi, zat gizi, serta interaksi antara zat gizi terhadap status gizi dan kesehatan. Seperti hasil penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa pengetahuan siswa tentang gizi merupakan cerminan siswa dalam memenuhi kecukupan gizi atau tolak ukur yang penting untuk menilai keadaan pertumbuhan dan status kesehatannya (Syampurma, 2018).

Tinggi rendahnya tingkat pengetahuan responden setiap kelompok mengenai manfaat buah dan sayur dapat dilihat dari proporsi responden yang menjawab dengan benar pertanyaan yang diajukan mengenai manfaat buah dan sayur seperti yang disajikan dalam Tabel 7.

**Tabel 7.** Proporsi responden menjawab benar pertanyaan manfaat buah dan sayur

Pertanyaan	Proporsi responden (%)					
	Kelompok					
	1	2	3	4	5	6
1. Manusia membutuhkan nutrisi untuk tumbuh.	87,10	93,55	93,55	93,55	90,32	74,19
2. Kebutuhan nutrisi manusia sudah cukup terpenuhi dengan mengkonsumsi karbohidrat.	32,26*	32,26*	32,26*	19,35*	22,58*	48,39*
3. Makanan yang Beragam, Bergizi, Seimbang dan Aman (B2SA) menyediakan nutrisi lengkap yang dibutuhkan oleh tubuh	83,87	90,32	93,55	93,55	90,32	83,87
4. Buah dan sayuran mengandung vitamin yang meningkatkan imunitas tubuh manusia.	74,19	93,55	87,10	74,19	90,32	80,65
5. Terlalu banyak makan sayur dan buah akan menyebabkan gangguan pencernaan.	74,19	58,06	90,32	90,32	77,42	64,52
6. Buah yang berwarna merah untuk meningkatkan kesehatan jantung dan darah manusia.	22,58*	22,58*	12,90*	19,35*	9,68*	19,35*
7. Kekurangan konsumsi buah dan sayur bisa mengganggu kesehatan jantung dan darah manusia.	70,97	77,42	80,65	83,87	80,65	80,65
8. Jika dikonsumsi, buah berwarna kuning akan meningkatkan penyerapan mineral dan antioksidan dalam tubuh	22,58*	32,26*	12,90*	12,90*	25,81*	16,13*
9. Terlalu banyak konsumsi buah dan sayuran mengakibatkan beragam kegemukan.	67,74	61,29	77,42	77,42	58,06	41,94
10. Kurangnya asupan buah dan sayur pada balita dapat menyebabkan terjadinya stunting.	80,65	67,74	83,87	77,42	64,52	61,29
Rata-rata	61,61	62,90	66,45	64,19	60,96	57,09

Sumber : Data primer (diolah)

### Sikap Terhadap Konsumsi Buah dan Sayur

Secara umum banyak responden bersikap cukup mendukung untuk makan buah dan sayur. Sementara jumlah responden yang bersikap kurang mendukung masih cukup banyak (26,89 persen) dan relatif berimbang dengan jumlah responden yang bersikap mendukung untuk makan buah dan sayur. Tabel 8 memuat distribusi responden berdasarkan sikap terhadap makan buah dan sayur.

**Tabel 8.** Distribusi responden berdasarkan sikap terhadap makan buah dan sayur

Kategori Sikap	Skor	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Kurang Mendukung	< 21,90	50	26,89
Cukup Mendukung	21,90 – 25,13	87	46,77
Mendukung	>25,13	49	26,34
		186	100

Sumber : Data primer (diolah)

Data pada Tabel 8 menggambarkan kondisi yang menegaskan bahwa konsumsi buah dan sayur di Indonesia memang masih tergolong rendah (Mokoginta *et. al.*, 2016). Dengan demikian diperlukan upaya promosi makan buah dan sayur bagi remaja melalui komunikasi, informasi dan edukasi, karena kebiasaan makan yang dilakukan di masa remaja akan memberikan dampak kesehatan pada periode kehidupan selanjutnya, yaitu ketika dewasa dan berusia lanjut (Arisman, 2009). Adapun proporsi responden yang menyetujui pernyataan positif mengenai makan buah dan sayur dapat dilihat pada Tabel 9.

**Tabel 9.** Proporsi responden setuju pernyataan positif mengenai makan buah dan sayur

Obyek Sikap	Proporsi responden (%)					
	Kelompok					
	1	2	3	4	5	6
1. Mengonsumsi buah setiap hari.	64,50	80,65	96,77	77,42	64,52	70,97
2. Porsi sayur lebih banyak daripada nasi ketika makan	32,26*	41,94*	58,06	80,65	38,71*	74,19
3. Buah segar lebih baik daripada jus buah.	32,26*	45,16*	70,97	64,52	54,84	64,52
4. Makan sayur dan buah membuat badan tetap sehat	19,35*	35,48*	45,16*	48,39*	32,26*	25,81*
5. Pentingnya buah untuk metabolisme tubuh.	29,03*	45,16*	74,19	77,42	51,61	54,84
6. Sayur dan buah segar lebih baik daripada obat-obatan multivitamin	41,94*	58,06	87,10	77,42	51,61	64,52
7. Buah dan sayur tidak saling menggantikan	41,94*	58,06	87,10	77,42	51,61	64,52
8. Sayur dan buah baik untuk orang sehat maupun sakit.	64,52	67,74	16,13	3,23*	51,61	45,16*
9. Masakan sayuran meningkatkan selera makan.	64,52	70,97	90,32	83,87	74,19	87,10
	46,59	57,70	63,44	58,42	54,48	60,21

Sumber : Data primer (diolah)

Rata-rata proporsi responden menunjukkan bahwa secara berurutan anggota Kelompok 3, 6, dan 4 memiliki sikap yang lebih baik terhadap makan buah dan sayur dibandingkan anggota kelompok lainnya. Walaupun demikian sebagian besar responden di ketiga kelompok ini tidak/kurang menyetujui pernyataan bahwa sayur dan buah baik dikonsumsi setiap hari



oleh orang sehat maupun sakit. Bahkan anggota Kelompok 3 dan 4 masih banyak yang tidak menyetujui pernyataan bahwa konsumsi buah dan sayuran tidak tepat jika saling menggantikan. Dengan demikian terdapat kecenderungan bahwa bagi responden untuk makan buah dan sayur pada saat kurang sehat dan cukup mengkonsumsi salah satunya ketika sehat.

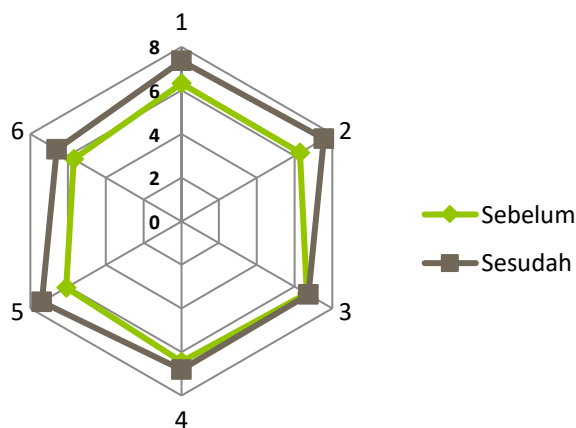
Kurangnya pengetahuan dan sikap remaja disebabkan karena kurangnya informasi yang diterima remaja tentang pentingnya manfaat sayur dan buah bagi kesehatan (Alberta *et.al.*, 2020). Sementara hasil wawancara dengan responden menjelaskan bahwa hal tersebut disebabkan karena informasi yang diperoleh kurang komprehensif. Situasi Pandemi Covid-19 yang praktis memangkas kegiatan pendidikan juga patut diduga dapat menyebabkan terbatasnya aliran informasi mengenai manfaat makan sayur dan buah kepada siswa melalui pembelajaran dan penyuluhan kesehatan secara tatap muka langsung. Dengan demikian kampanye gerakan makan sayur dan buah menjadi penting untuk meningkatkan sikap positif remaja terhadap makan buah dan sayur, termasuk untuk merubah sikap responden pada Kelompok 1 sampai dengan Kelompok 4.

**Perubahan Tingkat Pengetahuan dan Sikap Responden di setiap Kelompok Perlakuan**

Pengaruh kombinasi media dan desain pesan terhadap tingkat pengetahuan dan sikap responden dapat dilihat dari seberapa besar perubahan tingkat pengetahuan dan sikap responden.

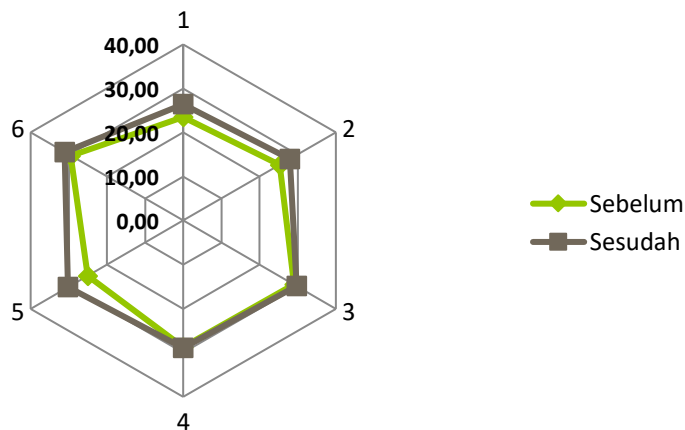
**Perubahan tingkat pengetahuan responden**

Gambar 1 menunjukkan perubahan tingkat pengetahuan responden di setiap kelompok mengenai manfaat makan buah dan sayur setelah mendapatkan perlakuan kombinasi media dan desain pesan komunikasi.



**Gambar 1.** Perubahan rata-rata tingkat pengetahuan siswa mengenai manfaat buah dan sayur pada setiap kelompok perlakuan

Data pada Gambar 1 menunjukkan bahwa pemberian pesan melalui kombinasi media dan desain pesan secara umum meningkatkan pengetahuan siswa mengenai manfaat buah dan sayur. Tampak bahwa dari 6 kelompok perlakuan, hanya pada kelompok 3 dan 4 terjadi sedikit perubahan tingkat pengetahuan.



**Gambar 2.** Perubahan rata-rata sikap siswa terhadap makan buah dan sayur pada setiap kelompok perlakuan

Merujuk pada Gambar 2 di atas, dapat diketahui bahwa pemberian pesan melalui kombinasi media dan desain pesan dapat meningkatkan sikap positif siswa terhadap makan buah dan sayur. Namun pada kelompok 3, 4, dan 6 perubahan sikap responden tidak begitu besar. Sedang perubahan sikap terbesar terjadi pada kelompok 5.

**Efektivitas Media dan Desain pesan untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Positif Responden mengenai Manfaat Makan Buah dan Sayur**

Efektivitas kombinasi media komunikasi dan desain pesan komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap positif responden mengenai manfaat makan buah dan sayur diuji melalui *Analysis of Varians* (ANOVA) dan Uji Tukey. Uji ANOVA yang digunakan pada penelitian adalah ANOVA *One Way* atau analisis varian satu jalan karena pada penelitian ini tidak memiliki pengkategorian baik gender maupun strata. Asumsi yang harus terpenuhi untuk melakukan Uji ANOVA *One Way* yaitu sampel berasal dari kelompok independen, varians antar kelompok harus homogen, data masing-masing kelompok berdistribusi normal.

**Uji Normalitas**

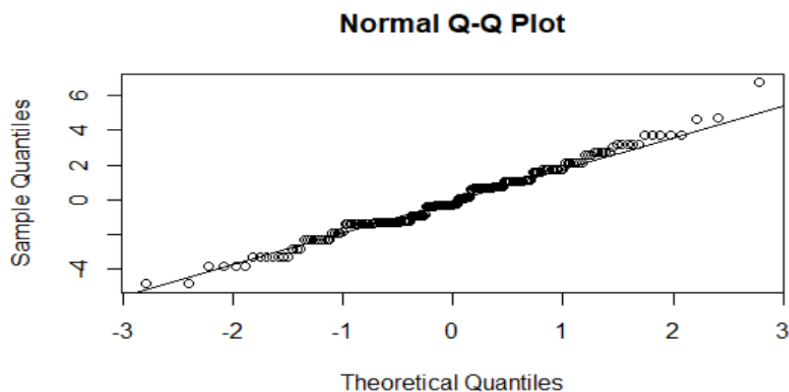
Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan *Shapiro-wilk* karena sampel dalam penelitian ini kurang dari 50, yakni 31 responden untuk setiap kelompok.

**Tabel 10.** Uji Normalitas data

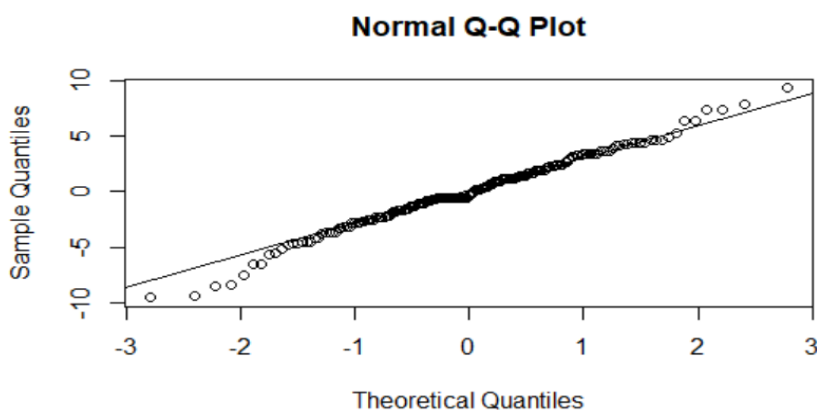
Kelompok	<i>Shapiro-Wilk</i>		
	Statistik	Df	P
Pengetahuan	0.98707	5	0.08657
Sikap	0.98962	5	0.19530

Sumber: data primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 10 diketahui bahwa data pengetahuan memiliki  $P(0,08657) > 0,05$  dan data sikap memiliki  $P(0,1953) > 0,05$ , yang berarti bahwa baik data pengetahuan maupun sikap berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Gambar 3 dan Gambar 4 juga menunjukkan bahwa galat menyebar normal sehingga memenuhi asumsi.



**Gambar 3.** Plot kuantil-kuantil hasil uji normalitas pengetahuan responden



**Gambar 4.** Plot kuantil-kuantil hasil uji normalitas sikap responden

**Uji Homogenitas**

Uji homogenitas pada penelitian ini dilakukan terhadap data selisih hasil *pretest* dan *post-test* mengenai tingkat pengetahuan dan sikap siswa mengenai manfaat konsumsi buah dan sayur. Uji homogenitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Bartlett* karena kelompok sampel lebih dari dua. Hasil uji homogenitas disajikan pada Tabel 11.

**Tabel 11.** Uji Homogenitas

Kelompok	<i>Bartlett test</i>		
	Statistik	Df	<i>P</i>
Pengetahuan	18.087	2	0.0001182
Sikap	24.258	5	0.0001937

Hasil uji *Bartlett* pada Tabel 11 menunjukkan nilai signifikansi pengetahuan sebesar  $0,0001182 < 0,05$ . Sedang nilai signifikansi sikap sebesar  $0,0001937 < 0,05$ . Hal ini berarti dalam kelompok data baik pengetahuan dan sikap memiliki varian yang tidak homogen. Dengan demikian populasi memiliki kesamaan varian atau *homogeny*. Sehingga asumsi yang dilanggar adalah ragam yang homogen (*homoscedasity*) karena ditemukan ragam yang tidak homogen. Sehingga uji lanjut per pasang kombinasi perlakuan dilakukan dengan rumus ragam tidak homogen.

### Efektivitas Kombinasi Media dan Desain pesan dalam Mengubah Tingkat Pengetahuan dan Sikap Responden

Uji Anova satu jalan (*One Way*) dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara penggunaan media, desain pesan, dan/ atau kombinasi media dengan desain pesan yang telah diterapkan pada kelompok yang berbeda. Hasil analisis varians yang diperoleh pada data tingkat pengetahuan responden disajikan pada Tabel 12.

**Tabel 12.** Analisis varian tingkat pengetahuan

	<i>Df</i>	<i>Sum Sq</i>	<i>Mean Sq</i>	<i>F value</i>	<i>Pr(&gt;F)</i>
Media	2	84.00	42.000	10.4690	4.999e-05 ***
Desain pesan	1	4.84	4.839	1.2061	0.2736
Media:Desain	2	5.03	2.516	0.6272	0.5353
<i>Residuals</i>	180	722.13	4.012		

Keterangan : *Signif. codes:* 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Analisis varian pada Tabel 12 menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan pengaruh pada desain pesan. Hal ini berarti desain pesan negatif maupun positif memberikan pengaruh yang sama. Demikian pula pada kombinasi antara media dengan desain pesan, tidak ada pengaruh yang berbeda. Sedang media pesan secara signifikan menunjukkan perbedaan pengaruh, yang artinya media video, leaflet, dan *chatt* memberikan pengaruh yang berbeda pada tingkat pengetahuan responden. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa video mampu meningkatkan pengetahuan secara signifikan (Ramdaniati *et.al.*, 2022; Rochmawati *et.al.*, 2021). Sedang penelitian sebelumnya juga membuktikan bahwa leaflet mampu meningkatkan pengetahuan (Fitriana *et. al.*, 2015; Cahyani 2016; Kurdanti *et.al.*, 2019; Bernadetha, 2020). Beberapa penelitian juga menyatakan *chatt* mampu meningkatkan pengetahuan secara signifikan (Cahyani 2016; Salsabila *et.al.*, 2018; Tasya dan Yani 2019). Hal ini semakin menegaskan peran dan fungsi media dalam kehidupan masyarakat dimana media berperan sebagai komunikator serta *agen of change* yang dapat mempengaruhi khalayak melalui pesan berupa informasi, pendidikan maupun pesan lainnya yang dapat dijangkau masyarakat secara luas (Khatimah, 2018). Dilihat dari fungsinya, media memang berkemampuan untuk menyimpan informasi, artinya saluran pembawa pesan tersebut mampu dimanfaatkan pada saat-saat diperlukan (Batubara, 2011).

Pengujian ANOVA yang telah dilakukan sebelumnya hanya membuktikan bahwa adanya perbedaan antara tiga media kampanye namun belum menunjukkan secara pasti media mana yang memiliki perbedaan. Maka, langkah statistik selanjutnya adalah menentukan letak perbedaan yang terjadi di antara ketiga media kampanye dengan menggunakan uji Tukey. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 13.

**Tabel 13.** Hasil Uji Tukey tingkat pengetahuan

Media	<i>Mean Difference</i>	Keterangan
<i>Chatt</i>	0.06451613	a
Audio Visual (Video)	1.32258065	b
Leaflet	1.61290323	b

Uji lanjut tingkat pengetahuan dengan menggunakan media *chatt*, video dan leaflet menggunakan uji t dengan asumsi ragam tidak homogen, dengan nilai p nya 5% : 3 (1.67%) yang setara dengan Uji Tukey. Merujuk hasil yang tampak pada Tabel 13 dapat disimpulkan bahwa media video memiliki pengaruh yang sama dengan leaflet. Sedang media *chatt* memiliki pengaruh yang berbeda dengan media video dan leaflet (dapat dilihat dari huruf yang berbeda yang berarti menunjukkan perbedaan pengaruh). Dengan demikian dari ketiga media yang diuji media video dan leaflet lebih baik daripada media *chatt*. Hal ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa leaflet merupakan salah satu alat komunikasi yang lebih menonjolkan penglihatan atau visual untuk lebih mudah diingat dan komunikatif, lebih dapat mencapai sasaran dan dimengerti segala lapisan masyarakat (Cahyani, 2016). Penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa media leaflet lebih efektif daripada media SMS (Kurniawati, 2014). Penelitian yang lain juga menemukan bahwa media leaflet lebih efektif daripada media video *et.al*, 2022). Namun hasil yang berbeda menyebutkan tidak ada perbedaan pengaruh antara media leaflet dan media video (Rochmawati *et. al.*, 2021; Hadiwiardjo *et. al.*, 2020).

Adapun hasil uji Anova satu jalan (*One Way*) diperoleh pada data sikap responden disajikan pada Tabel 14.

**Tabel 14.** Analisis varian sikap

	<i>Df</i>	<i>Sum Sq</i>	<i>Mean Sq</i>	<i>F value</i>	<i>Pr(&gt;F)</i>
Media	2	162.10	812.048	7.5092	0.0007374 ***
Desain	1	60.41	60.409	5.5969	0.0190555 *
Media:Desain	2	223.30	111.651	10.3445	5.59e-05 ***
<i>Residuals</i>	180	1942.77	10.793		

Keterangan : *Signif. codes*: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Analisis varian menunjukkan baik media, desain pesan, maupun kombinasi media dan desain pesan secara signifikan memberikan pengaruh yang berbeda pada perubahan sikap responden. Namun media dan desain pesan (pengaruh utama) tidak diuji lanjut dan tidak diinterpretasikan sesuai dengan prinsip marjinalitas yang menyatakan bahwa interaksi tingkat yang lebih tinggi yang diinterpretasikan saja. Sehingga dalam hal ini, hanya kombinasi media dan desain pesan saja yang akan diuji lanjut. Selanjutnya hasil Uji Tukey kombinasi media dan desain pesan dapat dilihat pada Tabel 15.

**Tabel 15.** Hasil Uji Tukey sikap

Media	Desain	<i>Mean Difference</i>	Keterangan
<i>Chatt</i>	Negatif	1.580645	A
Audio Visual (Video)	Positif	1.677419	A
<i>Chatt</i>	Positif	2.548387	A
Leaflet	Positif	4.129032	Ab
Leaflet	Negatif	4.354839	Ab
Audio Visual (Video)	Negatif	5.838710	B

Berdasarkan hasil uji lanjut Tukey sikap pada Tabel 15 dapat diketahui bahwa kombinasi media video dan desain pesan negatif memiliki pengaruh yang sama dengan kombinasi media leaflet baik dengan desain pesan positif maupun negatif. Tampak pula bahwa media

video dengan pesan negatif adalah kombinasi media dan desain pesan yang paling tinggi dalam meningkatkan sikap responden. Sedang media *chatt* memiliki pengaruh yang paling kecil dan hanya berbeda dengan media video dengan pesan negatif (dapat dilihat dari keterangan huruf yang berbeda yang berarti menunjukkan perbedaan pengaruh). Hasil wawancara menunjukkan responden tidak merasa terganggu dengan masuknya *chatt* melalui *handphone* mereka. Namun pengiriman *chatt* yang sama secara berulang-ulang cenderung menjadikan mereka merasa bosan. Kelemahan lain dari media *chatt* adalah hanya mampu menampung informasi kesehatan dalam bentuk tekstual dengan jumlah karakter yang terbatas. Satu jenis informasi kesehatan secara lengkap tidak akan dapat ditampung seluruhnya dalam satu pesan SMS, sehingga diperlukan beberapa SMS agar keseluruhan informasi kesehatan tersebut dapat terakomodir (Pribadi *et.al.*, 2013).

Tabel 15 juga menunjukkan bahwa kombinasi media dengan desain pesan negatif memiliki efektivitas yang tinggi (kecuali media pesan singkat). Gaya kampanye dengan menggunakan pesan negatif ini merupakan salah satu bentuk strategi persuasi yang menggunakan pendekatan rasa takut (*fear appeal*). Selain menampilkan pesan atau simbol-simbol fatalitas yang menakutkan untuk mengancam target khalayak agar mau mengubah perilakunya, strategi komunikasi negatif ini juga menampilkan pesan efikasi yang memuat efikasi suatu rekomendasi tindakan yang dapat mengatasi ancaman tersebut. Pendekatan ini berusaha meraih keuntungan dengan membangkitkan emosional individu yang akan digunakan untuk memotivasi dirinya. Orang akan lebih mudah tergoda oleh berbagai macam simbol menakutkan, ketimbang disajikan fakta atau logika (Berto, 2015).

Lewat pendekatan rasa takut (*fear appeals*), seseorang mengikuti rekomendasi dalam pesan karena takut mengalami berbagai bahaya seperti digambarkan dalam pesan persuasi (Gambar 5). Pendekatan rasa takut kerap dipergunakan dalam pesan persuasi karena menyentuh aspek emosi dari seseorang, di mana ketakutan adalah sesuatu yang manusiawi, dan orang pada dasarnya ingin agar hidupnya terhindar dari berbagai bahaya.



**Gambar 5.** Proses pesan persuasi mengubah perilaku seseorang

Sumber : Burgon dan Huffner *dalam* Iqbal *et.al* (2021)

Faktor penentu suatu pesan yang menentukan apakah pesan tersebut ditanggapi dengan serius atau tidak dipengaruhi oleh format, nuansa, konteks, waktu, dan pengulangan. Format digambarkan bagaimana pesan tersebut disampaikan, apakah gambar-gambar visual dapat diasosiasikan dengan pesan tersebut, termasuk penyajian identitas suatu organisasi yang dikaitkan dengan format, kata-kata yang tepat, bahkan jenis huruf. Nuansa pemilihan bahasa juga penting dimana semua pesan yang disampaikan harus memberikan perhatian khusus terhadap suasana hati, yaitu suasana ataupun gaya yang ingin digambarkan. Konteks dalam pesan itu penting untuk mengundang tanggapan penerima pesan. Sedangkan dalam waktu, ketepatan waktu dalam penyebaran pesan juga menentukan apakah pesan itu relevan atau tidak. Semakin sering suatu pesan itu diulang,

semakin besar kemungkinan bahwa pesan itu didengar, dicerna dan dipahami oleh khalayak (Permatasari dan Bernadette 2020).

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis berkeyakinan bahwa media kampanye yang digunakan bila dilaksanakan dengan kontinyu akan mampu mengubah perilaku remaja, khususnya siswa SMP untuk mengikuti anjuran mengonsumsi buah dan sayur sehingga tercapai Pola Pangan Harapan (PPH).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis efektivitas kombinasi media dan desain pesan untuk kampanye gerakan makan buah dan sayur yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa hanya media komunikasi saja yang mampu meningkatkan tingkat pengetahuan siswa, dimana media leaflet dan video merupakan media yang efektif memberikan perubahan tingkat pengetahuan siswa kelas IX SMP Negeri di Kecamatan Tigaraksa mengenai konsumsi buah dan sayur. Namun demikian, juga diperoleh hasil bahwa semua media, desain pesan, dan kombinasi keduanya secara signifikan memberikan pengaruh yang berbeda pada sikap terhadap makan buah dan sayur siswa, dimana kombinasi media video dan desain pesan negatif merupakan kombinasi yang paling efektif dalam memberikan pengaruh terhadap sikap mengonsumsi buah dan sayur pada siswa kelas IX SMP Negeri di Kecamatan Tigaraksa.

### **Saran**

Penulis berkeyakinan bahwa masih ada peluang untuk meningkatkan perbaikan gizi remaja di Kabupaten Tangerang melalui kegiatan pendidikan gizi dan gerakan kampanye secara massal berbasis teknologi dengan desain pesan yang variatif, koordinasi lintas sektor yakni melalui kegiatan program gizi berbasis sekolah untuk meningkatkan peran sekolah sebagai pintu akses yang potensial untuk melibatkan orang tua dan masyarakat, serta memperluas akses makanan sehat dan perbaikan fasilitas olahraga untuk masyarakat, khususnya remaja.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Tangerang, Dinas Pendidikan Kabupaten Tangerang, SMP Negeri 1 Tigaraksa, SMP Negeri 2 Tigaraksa, SMP Negeri 3 Tigaraksa, dan SMP Negeri 4 Tigaraksa, yang telah memfasilitasi penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alberta, Lembunai T, Nizar ZB, Ambarwati R, Indriatie I. 2020. "Pengetahuan Dan Sikap Remaja Tentang Konsumsi Sayur Dan Buah." *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan*.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arisman. 2009. *Gizi Dalam Daur Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.

- Batubara, AK. 2011. *Diktat Media Komunikasi. Medan*. Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara. [http://repository.uinsu.ac.id/1803/1/Diktat Abd. Karim BB.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/1803/1/Diktat%20Abd.%20Karim%20BB.pdf).
- Bernadetha. 2020. Pengaruh Media kalender dan media leaflet terhadap peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku kehadiran ibu balita ke Posandu di Kota Semarang. *Hakim*, 1–99.
- Berto, AR. 2015. Pendekatan Rasa Takut Sebagai Strategi Pesan Persuasif Dalam Iklan Keselamatan Jalan. *Penelitian dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 6 (2): 69–81.
- Budiati I, Susianto Y, Adi WP, Ayuni S, Reagan HA, Larasaty P, Setiyawati N, Pratiwi AI, Saputri VG. 2018. *Statistik gender tematik: profil generasi milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Badan Pusat Statistik.
- Cahyani P. 2016. Pengaruh penyuluhan dengan media leaflet dan SMS terhadap perilaku ibu rumah tangga dalam penggunaan monosodium glutamat di Kelurahan Rambung Timur Kecamatan Binjai Selatan Tahun 2016. [Tesis]. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Darmawati I, Arumiyati S. 2017. Pengetahuan gizi remaja SMPN 40 Kota Bandung. *Jurnal Kesehatan Poltekkes Ternate* 10 (2): 49.
- Fitriana N. 2015. Analisis penggunaan media pada pendidikan gizi terhadap pengetahuan, sikap dan praktik kebiasaan sarapan siswa Sekolah Dasar. [Tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Gaspersz E, Picauly I, Sinaga M. 2020. Hubungan faktor pola konsumsi, riwayat penyakit infeksi, dan personal hygiene dengan status gizi ibu hamil di wilayah lokus stunting Kabupaten Timur Tengah Utara. *Pangan Gizi Dan Kesehatan*, 9(2): 1081-1090.
- Hadiwiardjo YH, Asiyanto MC, Aprilia CA. 2020. Efektivitas Media leaflet dan film dalam peningkatan pengetahuan pubertas di SMP N 226 Pondok Labu. *Disease Prevention and Public Health Journal*, 14(1): 46-50.
- Haryono. 2015. Learning achievement improvement efforts course learn and learning using the jigsaw method and card media in STKIP PGRI Ngawi 2014/2015 Academic Year. *Journal of Education and Practice*, 6 (30): 94–102.
- Iqbal M. 2022. Pola komunikasi persuasif pimpinan universitas dalam mengatasi demonstrasi mahasiswa di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. [Skripsi]. Makasar: Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Khatimah H. 2018. Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16 (1): 119–39.
- Kurdanti W, Khasana TM, Fatimah AS. 2019. Pengaruh media promosi gizi terhadap peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku gizi pada siswa Sekolah Dasar. *Gizi Indonesia*, 42(2): 61-70.
- Kurniawati AA. 2014. Perbedaan pengaruh media pendidikan kesehatan leaflet dengan short message service (SMS) terhadap pengetahuan dan sikap remaja putri tentang personal hygiene. [Tesis]. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.



- Mokoginta FS, Budiarmo F, Manampiring AE. 2016. Gambaran pola asupan makanan pada remaja di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *e-Biomedik*, 4(2): 1-10
- Permatasari Y, Bernadette S. 2020. Analisis pesan persuasif yang dibangun oleh kementerian kesehatan melalui video cegah, lawan, obati diabetes di Youtube. *Sosio Dialektika* 5 (2): 154-193.
- Pribadi ET, Soedirham O, Widati S. 2013. Pemanfaatan short messaging service (SMS) pada seluler sebagai media promosi kesehatan dalam upaya peningkatan pengetahuan dan perubahan sikap remaja mengenai aborsi. *The Indonesian Journal of Public Health*, 9(2): 95–105.
- Ramdaniati SN, Soemantri UW. 2022. Perbedaan efektivitas pendidikan kesehatan antara media video dan media leaflet terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap pencegahan Covid-19 di MAN 1 Pandeglang tahun 2021. *Hearty*, 10 (1): 32–41.
- Rochmawati L, Kuswanti I, Prabawati S. 2021. Efektivitas media promosi kesehatan video dengan leaflet terhadap pengetahuan ibu hamil tentang pencegahan penularan HIV dari ibu ke anak. *Kebidanan Indonesia*, 12 (2): 49–58.
- Salsabila QN, Utami A, Nugraheni A. 2018. Efektifitas edukasi kesehatan (ceramah dan SMS gateway) terhadap pengetahuan deteksi dini kehamilan risiko tinggi pada ibu hamil. *Diponegoro Medical Journal*, 7 (2): 599–614.
- Sitepu DEL. 2020. Gambaran pengetahuan gizi seimbang dan status gizi remaja putri (literatur review). [Karya Ilmiah]. Medan: Politeknik Kesehatan Medan.
- Syampurma H. 2018. Studi tentang tingkat pengetahuan ilmu gizi siswa-siswi SMP Negeri 32 Padang. *MensSana* 3 (1): 88-99.
- Simamora RS, Kresnawati P. 2021. Pemenuhan pola makan gizi seimbang dalam penanganan stunting pada balita di wilayah puskesmas Kecamatan Rawalumbu Bekasi. *Jurnal Bidang Ilmu Kesehatan*, 11(1): 34-45.
- Tasya Z, Yani A. 2019. Pengaruh media SMS reminder terhadap pengetahuan suami tentang vasektomi di puskesmas Parigi Kabupaten Parigi Moutong. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 2(1): 51-55.
- Yudhistira S, Deasyanti D, Muzdalifah F. 2020. Analisis model pengaruh goal orientation, general self-efficacy dan jenis kelamin terhadap self-regulated learning dalam pembelajaran jarak jauh. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 4(2): 358-367.