

Efektivitas Media Promosi "Piring Makanku" Pedoman Gizi Seimbang Sebagai Panduan Sekali Makan (*The Effectiveness of Media promotion "Piring Makanku" Balanced Nutrition Guidelines as a Guide Once Packed*)

Pravasta Ade Pratama¹, Elfian Zulkarnain², Mury Ririanty³
Bagian Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Jember
Jln. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Jember 68121
e-mail: pravastaadep1@gmail.com

Abstract

The problem of nutrition in Indonesia currently has entered a double nutritional problems i.e. less nutritional problems and excess nutritional problems. Is a group of kids who are prone to more nutrition. Department of health's strategic plan outlines the goals of health promotion 2005-2009 with principal activities the development of health promotion and media communication technology, information and education (KIE). The Government issued a Balanced Nutritional Guidelines contained media promotion "Tumpeng" and "Piring Makanku" in an attempt to lower and maintain the nutritional status of the public. This research aims to analyze the effectiveness of media promotion "Piring Makanku". This research was quantitative research semi experimental at SDN Jember Lor 1. Data analysis was the analysis of the statistical test of Wilcoxon Signed Rank Test and Mann Whitney with $\alpha = 0.05$. The results showed that the media "Piring Makanku" effective in improving knowledge, attitudes and practice towards a balanced nutrition.

Keywords: *The Effectiveness of Media, Piring Makanku, Knowledge, Attitudes, Practice*

Abstrak

Permasalahan gizi di Indonesia saat ini telah memasuki masalah gizi ganda yaitu masalah gizi kurang dan masalah gizi berlebih. Anak-anak merupakan kelompok yang rentan terhadap gizi lebih. Rencana Strategis Departemen Kesehatan RI 2005-2009 menggariskan tujuan promosi kesehatan dengan kegiatan pokok pengembangan media promosi kesehatan dan teknologi komunikasi, informasi dan edukasi (KIE). Pemerintah mengeluarkan sebuah Pedoman Gizi Seimbang yang terdapat media promosi "Tumpeng" dan "Piring Makanku" dalam upaya menurunkan dan menjaga status gizi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media promosi "Piring Makanku". Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif semi eksperimental di SDN Jember Lor 1. Analisis data yang digunakan adalah analisis uji statistik *Wilcoxon Sign Rank Test* dan *Mann Whitney* dengan $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media "Piring Makanku" efektif dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan praktik terhadap gizi seimbang.

Kata kunci: Efektivitas Media, Piring Makanku, Pengetahuan, Sikap, Praktik

Pendahuluan

Permasalahan gizi di Indonesia saat ini telah memasuki masalah gizi ganda yaitu masalah gizi kurang yang masih belum teratasi sepenuhnya, namun terdapat masalah baru yang muncul yaitu masalah gizi berlebih. Menurut World Health Organization (WHO) dapat diketahui bahwa satu dari 10 (sepuluh) anak di dunia telah mengalami kegemukan [12]. Anak merupakan kelompok yang rentan terhadap gizi lebih. Kelompok umur 5-12 tahun mengalami prevalensi kegemukan yang cukup signifikan [5]. Obesitas pada anak sampai kini masih merupakan masalah yang kompleks. Permasalahan obesitas pada anak di Indonesia saat ini belum mendapatkan perhatian yang cukup serius dari pemerintah.

Angka kejadian overweight (gizi berlebih) dan obesitas anak secara global di Indonesia meningkat diperkirakan akan mencapai 9,1% atau 60 juta di tahun 2020. Data Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar) tahun 2013 menyebutkan terdapat masalah kesehatan yakni gizi berlebih dan obesitas yang terjadi terutama pada anak usia Sekolah Dasar (7-12 tahun) sebesar 18,8%, terdiri dari gemuk 10,8% dan sangat gemuk (obesitas) 8,8%.

Data Dinas Kesehatan Kabupaten Jember (2015) menunjukkan bahwa jumlah anak kelompok usia SD dengan status gizi lebih pada anak perempuan adalah 735 siswa (0,8%), sedangkan pada anak laki-laki adalah 3545 siswa (3,7%). Berdasarkan data Puskesmas Patrang (2015) per Desember 2015 diketahui bahwa dari 5.957 kelompok anak usia SD yang terdiri dari 2.795 laki - laki dan 3.162 perempuan, terdapat sebanyak 616 laki - laki (22%) dan 454 perempuan (14%) yang tergolong memiliki status gizi berlebih atau obesitas. Data Puskesmas Patrang juga menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 300 siswa dengan gizi lebih diantaranya adalah siswa dari SDN Jember Lor 01 Patrang Jember.

Rencana Strategis Departemen Kesehatan RI 2005-2009 menggariskan bahwa tujuan promosi kesehatan dengan kegiatan pokoknya adalah pengembangan media promosi kesehatan dan teknologi komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) [2]. Pemerintah mengeluarkan sebuah Pedoman Gizi Seimbang dalam upaya menurunkan dan menjaga status gizi masyarakat. Tanggal 27 Januari 2014 Pedoman Gizi Seimbang mengalami pembaharuan dengan

penambahan media promosi “Tumpeng” dan “Piring Makanku” [6].

Upaya promosi kesehatan melalui pendekatan pendidikan dengan media promosi. Media promosi kesehatan adalah alat bantu untuk menampilkan pesan atau informasi dan menggunakan alat-alat pendukung. Media dijadikan sebagai alat bantu untuk mengatasi keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh para masyarakat dan menjadi pedoman bagi masyarakat dalam merubah perilaku ke arah gizi seimbang. Penggunaan media dapat dikatakan efektif ketika komunikasi dengan media juga dapat mengubah atau mempengaruhi perilaku seseorang. Jadi efektivitas media promosi juga dapat diukur dengan peningkatan dari pengetahuan, sikap, dan praktik dari komunikan. Oleh karena itu perlu adanya penelitian mengenai media promosi yang telah dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan khususnya mengenai media promosi “Piring Makanku”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media promosi “Piring Makanku”.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan semi eksperimental menggunakan wawancara dengan *pretest* dan *posttest*. Populasi dan sampel penelitian adalah siswa SDN Jember Lor 1 kelas 4,5 dan 6, berjumlah 94 siswa yang dibagi menjadi dua kelompok responden yaitu kelompok perlakuan dan kontrol. Teknis penelitian dilakukan dengan cara responden diminta untuk mengisi *pretest*, kemudian diberikan intervensi dengan menggunakan media “Piring Makanku” pada kelompok perlakuan. Setelah intervensi, populasi diminta kembali mengisi lembar *posttest* pada satu minggu setelah intervensi. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2017. Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis uji statistik *Wilcoxon Sign Rank Test* dan *Mann Whitney* dengan $\alpha = 0,05$. Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel frekuensi.

Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah siswa SDN Jember Lor 01 kelas 4,5, dan 6. Sebaran responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah responden perempuan sebanyak

27 pada kelompok perlakuan dan 26 pada kelompok kontrol.

1. Perbedaan Pengetahuan tentang Panduan Sekali Makan Sebelum dan Setelah Dilakukan Intervensi pada Kelompok Perlakuan

Tabel 1. Nilai Pengetahuan tentang Panduan Sekali Makan Sebelum dan Sesudah Dilakukan Intervensi

Pengetahuan	Perlakuan				P value
	Sebelum		Sesudah		
	n	%	n	%	
Kurang	2	4,3	1	2,1	0,000
Sedang	16	34	3	6,4	
Baik	29	61,7	43	91,5	

Tabel 1, menunjukkan bahwa nilai pengetahuan kelompok perlakuan sebanyak 29 responden (61,7%) berkategori baik saat diberikan *pretest* menjadi 43 responden (91,5%) memiliki pengetahuan baik setelah diberikan intervensi.

Hasil uji statistik Wilcoxon sign rank dengan $\alpha=0,05$ menunjukkan bahwa untuk kelompok perlakuan diketahui hasil nilai Asymp. Sig. (1-tailed) sebesar 0,000. Karena nilai $p < \alpha$ ($\alpha=0,05$), maka H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya terdapat perbedaan pengetahuan yang lebih baik saat setelah dilakukan intervensi daripada sebelum intervensi mengenai panduan sekali makan menggunakan media promosi “Piring Makanku”.

2. Perbedaan Sikap terhadap Panduan Sekali Makan Sebelum dan Setelah Dilakukan Intervensi pada Kelompok Perlakuan

Tabel 2. Nilai Sikap terhadap Panduan Sekali Makan Sebelum dan Sesudah Dilakukan Intervensi

Sikap	Sebelum		Sesudah		P value
	n	%	n	%	
Kurang	-	-	-	-	0,012
Sedang	6	12,8	1	2,1	
Baik	41	87,2	46	97,9	

Tabel 2, menunjukkan bahwa nilai sikap sebanyak 41 responden (87,2%) berada pada kategori baik saat *pretest* dan menjadi 46 responden (46%) saat setelah diberikan intervensi.

Hasil uji statistik Wilcoxon sign rank dengan $\alpha=0,05$ menunjukkan bahwa untuk kelompok perlakuan diketahui hasil nilai Asymp. Sig. (1-tailed) sebesar 0,012. Karena nilai $p < \alpha$ ($\alpha=0,05$), maka H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya terdapat perbedaan sikap yang lebih baik

saat setelah dilakukan intervensi daripada sebelum intervensi mengenai panduan sekali makan menggunakan media promosi “Piring Makanku”.

3. Perbedaan Praktik terhadap Panduan Sekali Makan Sebelum dan Setelah Dilakukan Intervensi pada Kelompok Perlakuan

Tabel 3. Nilai Praktik terhadap Panduan Sekali Makan Sebelum dan Sesudah Dilakukan Intervensi

Praktik	Perlakuan				P Value
	Sebelum		Sesudah		
	n	%	n	%	
Kurang	2	4,3	-	-	0,006
Sedang	12	25,5	7	14,9	
Baik	33	70,2	40	85,1	

Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai praktik kelompok perlakuan saat *pretest* sebanyak 33 responden (70,2%) pada kategori baik dan sebanyak 40 responden (85,1%) pada kategori baik saat setelah diberikan intervensi.

Hasil uji statistik Wilcoxon sign rank dengan $\alpha=0,05$ menunjukkan bahwa untuk kelompok perlakuan diketahui hasil nilai Asymp. Sig. (1-tailed) sebesar 0,006. Karena nilai $p < \alpha$ ($\alpha=0,05$), maka H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya terdapat perbedaan praktik yang lebih baik saat setelah dilakukan intervensi daripada sebelum intervensi mengenai panduan sekali makan menggunakan media promosi “Piring Makanku”.

4. Efektivitas Media Promosi “Piring Makanku” Pedoman Gizi Seimbang dalam Meningkatkan Pengetahuan, Sikap dan Praktik

a. Efektivitas Media dalam Meningkatkan Pengetahuan tentang Panduan Sekali Makan pada Kelompok Kontrol dan Perlakuan

Tabel 4. Nilai Pengetahuan tentang Panduan Sekali Makan Kelompok Kontrol dan Perlakuan

No.	Kategori Pengetahuan	Kelompok							
		Kelompok Perlakuan				Kelompok Kontrol			
		Sebelum		Sesudah		Sebelum		Sesudah	
	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	Kurang	2	4,3	1	2,1	2	4,3	1	2,1
2	Sedang	16	34	3	6,4	16	34	20	42,6
3	Baik	29	61,7	43	91,5	29	61,7	26	55,3
	Jumlah	47	100	47	100	47	100	47	100

Tabel 4, menunjukkan sebagian besar nilai pengetahuan kelompok perlakuan dan kelompok

kontrol setelah diberikan *pretest* adalah sama-sama sebanyak 29 responden (61,7%) berada pada kategori baik. Setelah diberikan *posttest* responden kelompok perlakuan mengalami peningkatan pengetahuan dimana dari 29 responden berada pada kategori baik menjadi 43 responden (91,5%) memiliki pengetahuan baik. Untuk kelompok kontrol setelah diberikan *posttest* sebagian responden mengalami penurunan menjadi sebanyak 26 responden (55,3%)

Hasil uji statistik yang dilakukan pada kelompok perlakuan dan pada kelompok kontrol menggunakan uji Mann Whitney dengan $\alpha=0,05$ menunjukkan bahwa nilai *posttest* dari kedua perlakuan diketahui hasil nilai Asymp. Sig. (1-tailed) sebesar 0,000. Karena nilai $p < \alpha$ ($\alpha=0,05$), maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya media promosi “Piring Makanku” efektif untuk meningkatkan pengetahuan tentang gizi seimbang dalam sekali makan.

b. Efektivitas Media dalam Meningkatkan Sikap terhadap Panduan Sekali Makan pada Kelompok Kontrol dan Perlakuan

Tabel 5. Nilai Sikap terhadap Panduan Sekali Makan Kelompok Kontrol dan Perlakuan

No.	Kategori	Kelompok									
		Perlakuan				Kontrol					
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah		
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
1	Kurang	-	-	-	-	1	2,1	1	2,1		
2	Sedang	6	12,8	1	2,1	6	12,8	9	19,1		
3	Baik	41	87,2	46	97,9	40	85,4	37	78,7		
	Jumlah	47	100	47	100	47	100	47	100		

Tabel 5, menunjukkan sebagian besar nilai sikap kelompok perlakuan setelah diberikan *pretest* adalah sebanyak 41 responden atau 87,2% memiliki sikap baik dan setelah diberikan *posttest* responden mengalami peningkatan sikap menjadi sebanyak 46 responden atau 97,9% memiliki sikap baik. Untuk kelompok kontrol setelah diberikan *pretest* sebanyak 40 responden atau 85,4% memiliki sikap baik, setelah diberikan *posttest* responden mengalami penurunan sikap menjadi sebanyak 37 responden (78,7%).

Hasil uji statistik yang dilakukan pada kelompok perlakuan dan pada kelompok kontrol menggunakan uji Mann Whitney dengan $\alpha=0,05$ menunjukkan bahwa nilai *posttest* sikap dari

kedua perlakuan diketahui hasil nilai Asymp. Sig. (1-tailed) sebesar 0,002. Karena nilai $p < \alpha$ ($\alpha=0,05$), maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya media promosi “Piring Makanku” efektif untuk meningkatkan sikap terhadap gizi seimbang dalam sekali makan.

c. Efektivitas Media dalam Meningkatkan Praktik terhadap Panduan Sekali Makan pada Kelompok Kontrol dan Perlakuan

Tabel 6. Nilai Praktik terhadap Panduan Sekali Makan Kelompok Kontrol dan Perlakuan

No.	Kategori Sikap	Kelompok Perlakuan				Kelompok Kontrol			
		Sebelum		Sesudah		Sebelum		Sesudah	
		n	%	n	%	n	%	n	%
1	Kurang	2	4,3	-	-	1	2,1	1	2,1
2	Sedang	12	25,5	7	14,9	24	51,1	21	44,7
3	Baik	33	70,2	40	85,1	22	46,8	25	53,2
	Jumlah	47	100	47	100	26	100	47	100

Tabel 6, menunjukkan bahwa sebagian besar nilai praktik kelompok perlakuan setelah diberikan *pretest* adalah sebanyak 33 responden (70,2%) memiliki praktik baik dan setelah diberikan *posttest* responden mengalami peningkatan praktik dimana yang awalnya menjadi sebanyak 40 responden (85,1%) memiliki praktik baik. Untuk kelompok kontrol setelah diberikan *pretest* adalah sebanyak 22 responden (46,8%) berada pada kategori praktik baik, setelah diberikan *posttest* menjadi sebanyak 25 responden (53,2%) memiliki praktik baik.

Hasil uji statistik yang dilakukan pada kelompok perlakuan dan pada kelompok kontrol menggunakan uji Mann Whitney dengan $\alpha=0,05$ menunjukkan bahwa nilai *posttest* sikap dari kedua perlakuan diketahui hasil nilai Asymp. Sig. (1-tailed) sebesar 0,000. Karena nilai $p < \alpha$ ($\alpha=0,05$), maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya media promosi “Piring Makanku” efektif untuk meningkatkan praktik gizi seimbang dalam sekali makan.

Pembahasan

1. Perbedaan Pengetahuan tentang Panduan Sekali Makan Sebelum dan Setelah Dilakukan Intervensi pada Kelompok Perlakuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu [8]. Menurut Notoatmodjo

pengetahuan merupakan domain perilaku yang paling berpengaruh dalam pembentukan sebuah praktik atau perilaku [1].

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada pengetahuan tentang panduan sekali makan sebelum dan sesudah dilakukannya intervensi menggunakan media promosi “Piring Makanku”, karena diketahui nilai $p < \alpha$ sebesar 0,000, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil penelitian bahwa ada perbedaan pada tingkat pengetahuan tentang gizi sebelum dan sesudah dilakukan intervensi dengan pendidikan gizi [10]. Pemberian stimulus dapat diterima oleh organisme berarti terdapat sebuah perhatian dari organisme, setelah organisme melakukan proses perhatian tersebut dengan menggunakan panca inderanya untuk melakukan pengamatan terhadap stimulus maka terbentuklah pengetahuan baru [9].

2. Perbedaan Sikap terhadap Panduan Sekali Makan Sebelum dan Setelah Dilakukan Intervensi pada Kelompok Perlakuan

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap belum merupakan tindakan atau aktivitas, akan tetapi merupakan predisposisi tindakan suatu perilaku. Sikap merupakan reaksi tertutup, bukan merupakan reaksi terbuka atau tingkah laku yang terbuka [8].

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada sikap terhadap panduan sekali makan sebelum dan sesudah dilakukannya intervensi menggunakan media promosi “Piring Makanku”, karena diketahui nilai $p < \alpha$ sebesar 0,012, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil penelitian bahwa ada perbedaan pada tingkat sikap tentang gizi sebelum dan sesudah dilakukan intervensi dengan pendidikan gizi [10].

Meningkatnya sikap anak disebabkan oleh meningkatnya pengetahuan anak. Meningkatnya pengetahuan akan membantu sikap anak dan mempengaruhi kebiasaan anak. Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Penentuan sikap sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan keyakinan yang berpengaruh besar terhadap sikap seseorang dalam hal menyikapi sesuatu yang di berikan [10].

3. Perbedaan Praktik terhadap Panduan Sekali Makan Sebelum dan Setelah Dilakukan Intervensi pada Kelompok Perlakuan

Suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan. Untuk mewujudkan sikap menjadi suatu perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan, antara lain adalah fasilitas. Disamping faktor fasilitas, juga diperlukan faktor dukungan (*support*) dari pihak lain [8]. Tindakan atau praktik merupakan tahapan responden melaksanakan atau mempraktekkan apa yang diketahui atau disikapinya. Pengetahuan dan sikap responden dapat mempengaruhi tindakan. Hal itu dikarenakan tindakan atau praktek (*practice*) merupakan tahapan seseorang melaksanakan atau mempraktekkan pengetahuan atau sikap (yang dinilai baik) [3].

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada praktik terhadap panduan sekali makan sebelum dan sesudah dilakukannya intervensi menggunakan media promosi “Piring Makanku”, karena diketahui nilai $p < \alpha$ sebesar 0,006, mayoritas responden mengalami peningkatan praktik antara *pretest* dan *posttest*, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil penelitian bahwa ada perbedaan pada tingkat praktik tentang gizi seimbang sebelum dan sesudah dilakukan intervensi dengan pendidikan gizi [4].

Praktik yang dilakukan seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan dan sikapnya. Fitriani mengemukakan bahwa tindakan atau praktik (*practice*) merupakan tahapan seseorang melaksanakan atau mempraktekkan apa yang diketahui atau disikapinya (yang dinilai baik). Tindakan sebagai akibat dari pengetahuan yang diperoleh dan dipahami kemudian dilakukan [3].

4. Efektivitas Media Promosi “Piring Makanku” Pedoman Gizi Seimbang dalam Meningkatkan Pengetahuan, Sikap dan Praktik

a. Efektivitas Media dalam Meningkatkan Pengetahuan tentang Panduan Sekali Makan pada Kelompok Kontrol dan Perlakuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia

diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau ranah kognitif (*covert behaviour*) merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang [8].

Hasil uji statistik yang dilakukan pada kelompok perlakuan dan pada kelompok kontrol menunjukkan bahwa nilai *posttest* dari kedua perlakuan diketahui hasil nilai $p < \alpha$ sebesar 0,000, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya media promosi “Piring Makanku” efektif untuk meningkatkan pengetahuan tentang gizi seimbang dalam sekali makan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil penelitian bahwa ada pengaruh pendidikan gizi terhadap pengetahuan anak SD tentang gizi anak sekolah bahwa tingkat pengetahuan anak tentang gizi juga dipengaruhi oleh adanya stimulus dengan pendidikan gizi [10].

Manfaat dari Intervensi menggunakan media promosi dapat mempertahankan niat dan meningkatkan perhatian responden terhadap intervensi yang diberikan [7]. Intervensi merupakan sarana edukatif untuk meningkatkan pengetahuan seseorang. Tujuan akhir penyuluhan adalah adanya perubahan perilaku manusia yang dilakukan secara edukatif. Pendidikan dan pengetahuan merupakan faktor tidak langsung yang mempengaruhi perilaku seseorang. Pengetahuan yang didapat seseorang tidak terlepas dari pendidikan. Semakin tinggi pendidikan orang maka pengetahuan semakin luas [10].

b. Efektivitas Media dalam Meningkatkan Sikap terhadap Panduan Sekali Makan pada Kelompok Kontrol dan Perlakuan

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap belum merupakan tindakan atau aktivitas, akan tetapi merupakan predisposisi tindakan suatu perilaku. Sikap itu masih merupakan reaksi tertutup, bukan merupakan reaksi terbuka atau tingkah laku yang terbuka [8].

Hasil uji statistik yang dilakukan pada kelompok perlakuan dan pada kelompok kontrol menunjukkan bahwa nilai *posttest* dari kedua perlakuan diketahui hasil nilai $p < \alpha$ sebesar 0,002, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya media promosi “Piring Makanku” efektif untuk meningkatkan sikap terhadap gizi seimbang dalam sekali makan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa ada kecenderungan peningkatan pengetahuan, sikap dan praktek pada anak sekolah yang mendapatkan model

Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) dengan pemberian buku tentang anemia [13].

Pemberian stimulus yang efektif adalah stimulus yang dapat diterima oleh organisme berarti terdapat sebuah perhatian dari organisme. Media promosi sebagai alat untuk promosi kesehatan dapat menjadi alat yang kuat dengan jangkauan yang luas. Manfaat dari Intervensi menggunakan media promosi dapat mempertahankan niat dan meningkatkan perhatian responden terhadap intervensi yang diberikan [7]. Intervensi merupakan sarana edukatif untuk meningkatkan pengetahuan seseorang. Tujuan akhir penyuluhan adalah adanya perubahan perilaku manusia yang dilakukan secara edukatif.

Peningkatan sikap anak disebabkan oleh meningkatnya pengetahuan anak. Peningkatan pengetahuan akan membantu sikap anak dan mempengaruhi kebiasaan anak. Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Penentuan sikap sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan keyakinan yang berpengaruh besar terhadap sikap seseorang dalam hal menyikapi sesuatu yang di berikan [10].

c. Efektivitas Media dalam Meningkatkan Praktik terhadap Panduan Sekali Makan pada Kelompok Kontrol dan Perlakuan

Suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan. Tindakan atau praktik merupakan tahapan responden melaksanakan atau mempraktekkan apa yang diketahui atau disikapinya. Pengetahuan dan sikap responden akan mempengaruhi tindakannya [3].

Pada penelitian ini kelompok perlakuan dan kontrol diberikan *pretest* dan *posttest*. Hasil uji statistik yang dilakukan pada kelompok perlakuan dan pada kelompok kontrol menunjukkan bahwa nilai *posttest* dari kedua perlakuan diketahui hasil nilai $p < \alpha$ sebesar 0,000, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak atau hipotesis penelitian diterima, artinya media promosi “Piring Makanku” efektif untuk meningkatkan praktik gizi seimbang dalam sekali makan. Penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa pendidikan kesehatan dengan menggunakan media promosi selain berhubungan dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, media promosi juga berhubungan dalam meningkatkan praktik terhadap hidup sehat serta media promosi merupakan salah satu alat yang efektif dalam menyampaikan sebuah informasi kesehatan [11].

Menurut Skinner perilaku merupakan sebuah respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus.

Pengetahuan merupakan domain perilaku yang paling berpengaruh dalam pembentukan sebuah praktik atau perilaku [9]. Maka dari itu sesuai dengan teori perilaku dimana sebuah perilaku dipengaruhi oleh domain perilaku yaitu pengetahuan, sikap dan praktik. Media promosi merupakan alat untuk promosi kesehatan yang dapat menjadi alat kuat dengan jangkauan yang luas.

Simpulan dan Saran

Responden penelitian ini siswa adalah kelas IV sampai kelas VI, dan sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, terdapat perbedaan nilai pengetahuan, sikap dan praktik yang lebih baik saat setelah diberikannya intervensi, karena terdapat perbedaan nilai yang lebih baik setelah dilakukan intervensi daripada sebelum dilakukan intervensi. Media "Piring Makanku" terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan praktik gizi seimbang dalam sekali makan, karena terdapat perbedaan yang signifikan nilai lebih baik diantara kelompok perlakuan dan kelompok kontrol dalam hasil nilai *posttest* pengetahuan, sikap, dan praktik.

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah bagi Fakultas Kesehatan Masyarakat dapat memberikan edukasi melalui penyuluhan dengan mengenalkan media "Piring Makanku" di kalangan anak Sekolah Dasar sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian Masyarakat. Bagi pihak Dinas Kesehatan diperlukan meningkatkan promosi kesehatan menggunakan media "Piring Makanku" disetiap kegiatan promosi, perlu adanya peningkatan kualitas media dengan penambahan terkait ukuran porsi sesuai usia. Bagi pihak Dinas Pendidikan perlu adanya penambahan promosi gizi seimbang dalam proses belajar mengajar dan pembentukan peraturan untuk membawa bekal untuk siswa. Bagi guru pendidik dan orang tua untuk senantiasa membimbing anaknya supaya membawa bekal makanan sehingga dapat membantu memantau penerapan gizi seimbang dalam menu makan anak dalam sekali makan sebagai bentuk upaya pencegahan dan penanggulangan gizi lebih.

Daftar Pustaka

[1] Agustiningtyas E, Ririanty M, Hartanto DA. Hubungan Antara Paparan Iklan Makanan dan Minuman Ringan di Televisi dengan

- Perilaku Pemilihan Jajanan pada Anak: Jurnal Pustaka Vol 5. Jember : 2017.
- [2] Departemen Kesehatan Republik Indonesia. Rencana Strategis Departemen Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2005-2009. Jakarta: Departemen Kesehatan RI; 2006.
- [3] Fitriani NL, Andriyani S. Hubungan antara Pengetahuan dengan Sikap Anak Usia Sekolah Akhir (10-12 Tahun) tentang Makanan Jajanan di SD Negeri II Tagog Apu Padalarang Kabupaten Bandung Barat Tahun 2015; Ejournal Keperawatan. Bandung: Prodi D3 keperawatan Universitas Pendidikan Indonesia; 2015.
- [4] Himawati Z, Yasnani, Sya'ban AR. Pengaruh Penyuluhan dengan Media Promosi Puzzle Gizi Terhadap Perilaku Gizi Seimbang Pada Siswa Kelas V Di Sd Negeri 06 Poasia Kota Kendari Tahun 2016. Ejournal Kesehatan: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Halu Oleo: 2016.
- [5] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Riset Kesehatan Dasar 2013. Jakarta:Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan; 2013.
- [6] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Pedoman Gizi Seimbang 2014. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI; 2014.
- [7] Korda H, Itani Z. Harnessing Social Media for Health Promotion and Behavior Change: Journal Health Promotion Practice Vol. 14. Texas Southern University: 2013.
- [8] Notoatmodjo S. Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2012.
- [9] Notoatmodjo S. Ilmu Perilaku Kesehatan. Jakarta:Rineka Cipta; 2014.
- [10] Nuryanto, Pramono A, Puruhita N, Muis SF. Pengaruh Pendidikan Gizi terhadap Pengetahuan dan Sikap tentang Gizi Anak Sekolah Dasar: Jurnal Gizi Indonesia; Universitas Diponegoro: 2014.
- [11] Quattrin R, Filiputti E, Brusaferrero S. Health Promotion Campaigns and Mass Media: Looking for Evidence. Primary Health Care Vol. 5. ISSN: 2167-1079 PHCOA: 2015.
- [12] Sartika DA. Faktor Risiko Obesitas pada Anak 5-15 Tahun di Indonesia. Jurnal Kesehatan Vol. 15. Jakarta: Universitas Indonesia: 2011.
- [12] Zulaekah S. Efektivitas Pendidikan Gizi dengan Media Booklet terhadap Pengetahuan Gizi Anak SD: Jurnal KEMAS 7; Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta: 2012.