

## **PENGEMBANGAN MEDIA VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DENGAN CERDIK SEBAGAI PENCEGAHAN DIABETES MELITUS PADA REMAJA KELAS XI**

*Development Of Public Service Advertising Video Media with CERDIK As Diabetes Mellitus Prevention For XI Grades*

**Nabila Idznia Shalihin<sup>1\*</sup>, Febri Sri Lestari<sup>1</sup>**

<sup>1\*</sup> Promosi Kesehatan Politeknik Kesehatan Kemenkes

Email: [nabigaildznia42@gmail.com](mailto:nabigaildznia42@gmail.com) dan [febrilestari@staff.poltekkesbandung.ac.id](mailto:febrilestari@staff.poltekkesbandung.ac.id)

### **ABSTRACT**

**Background:** Diabetes is not only a risk for adults, but is also a risk for teenagers. The prevalence of Diabetes Mellitus based on doctor's diagnosis in West Java Province in the 15-24 year age group is 12,094 people. This is because they carry out unhealthy lifestyle behaviors. Therefore, overcoming the problem of Diabetes Mellitus can be done through health promotion regarding the prevention of Diabetes Mellitus through CERDIK behavior in the form of public service advertising videos with novelty in terms of visuals, development methods, material content, storyline, targets, and duration. **Objective:** Develop CERDIK Community Service Advertisement Video Media to prevent Diabetes Mellitus in class XI teenagers. **Methodology:** This research is an R&D (Research and Development) development research with a 4D model (Define, Design, Development, Disseminate). The total sampling number was 59 teenagers XI grades from Bandung City High School. Data analysis was carried out using interview and questionnaire techniques. **Results:** The media feasibility test by media experts showed a result of 82%, including in the very feasible category, the material feasibility test by material experts showed a result of 92%, including the very feasible category, and the results of the material and media feasibility test showed that 87% of users rated it as very feasible and 13% rated worthy. **Conclusion:** The video media for public service advertisements with CERDIK is very suitable to be used as an educational medium for preventing Diabetes Mellitus in XI grade high school teenagers.

**Keywords:** Diabetes Mellitus, CERDIK, Public service advertisements.

### **ABSTRAK**

**Latar belakang:** Diabetes tidak hanya berisiko bagi orang dewasa, tetapi juga rentan dialami remaja. Prevalensi Diabetes Melitus berdasarkan diagnosis dokter di Provinsi Jawa Barat dengan kelompok usia 15-24 tahun sebanyak 12.094 orang. Hal tersebut disebabkan karena mereka melakukan perilaku hidup tidak sehat. Oleh karena itu, penanggulangan permasalahan Diabetes Melitus dapat dilakukan melalui promosi kesehatan tentang pencegahan Diabetes Melitus melalui perilaku CERDIK berupa video iklan layanan masyarakat dengan kebaruan dari segi visual, metode pengembangan, isi materi, alur cerita, sasaran dan durasi. **Tujuan:** Mengembangkan Media Video Iklan Layanan Masyarakat dengan CERDIK sebagai pencegahan Diabetes Melitus pada remaja kelas XI SMA. **Metodologi:** Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan R&D (Research and Development) dengan model 4D (Define, Design, Development, Disseminate). Total sampling jumlah 59 remaja kelas XI SMAS Nugraha Kota Bandung. Analisa data dilakukan dengan teknik wawancara dan kuesioner. **Hasil:** Uji kelayakan media oleh ahli media menunjukkan hasil 82%

termasuk pada kategori sangat layak, Uji kelayakan materi oleh ahli materi menunjukkan hasil 92% termasuk kategori sangat layak, dan hasil uji kelayakan materi dan media menunjukkan 87% pengguna menilai sangat layak dan 13% menilai layak. **Kesimpulan:** Media video iklan layanan masyarakat dengan CERDIK sangat layak digunakan sebagai media edukasi pencegahan Diabetes Melitus pada remaja kelas XI SMA

**Kata kunci:** Diabetes Melitus, CERDIK, Iklan layanan masyarakat.

## PENDAHULUAN

Berdasarkan data tahun 2022, total Jumlah Penderita Diabetes Melitus di Jawa Barat adalah 644.704 penderita. Di tingkat kabupaten/kota di Jawa Barat, Kota Bandung memiliki tingkat kejadian diabetes tertinggi sebanyak 44.329 penderita. Kecamatan Regol merupakan salah satu wilayah di Kota Bandung dengan penderita Diabetes Melitus yang kembali naik dari 909 penderita pada tahun 2019 menjadi 1.451 pada tahun 2020.<sup>1</sup>

Diabetes tidak hanya berisiko bagi orang dewasa. Namun juga rentan dialami remaja. Di Indonesia, hasil Riskesdas tahun 2018 menunjukkan penderita Diabetes Melitus usia 15 – 24 tahun berdasarkan diagnosa dokter berjumlah 159.014 penderita.<sup>2</sup> Prevalensi Diabetes Melitus berdasarkan diagnosis dokter pada Provinsi Jawa Barat di kelompok usia 15-24 tahun sebanyak 12.094 orang.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, penanggulangan permasalahan Diabetes Melitus harus dilakukan melalui promosi kesehatan tentang pengendalian faktor risiko Diabetes Melitus melalui perilaku CERDIK.<sup>4</sup>

CERDIK terdiri dari cek kesehatan, membangun perilaku tidak merokok atau berhenti merokok, rajin aktivitas fisik, diet seimbang, istirahat yang cukup, dan mampu mengelola stres.<sup>5</sup>

Faktor risiko yang dapat diubah perlu dikelola melalui tindakan

pencegahan untuk pengendalian penyakit tidak menular. Upaya pencegahan dengan CERDIK ini dapat dilakukan oleh para remaja untuk mencegah penyakit tidak menular seperti Diabetes Melitus.<sup>6</sup>

Iklan layanan masyarakat bertujuan menyampaikan informasi, mempengaruhi, atau memberikan pendidikan kepada publik tanpa tujuan ekonomi, melainkan untuk keuntungan sosial dan iklan layanan masyarakat tidak hanya memiliki elemen suara, namun juga menampilkan elemen visual yang dapat membuatnya lebih persuasif.<sup>7</sup>

Media video iklan layanan masyarakat yang dikembangkan oleh peneliti menggunakan metode 4D (*Define, Design, Development, Dissemination*). Media tersebut dirancang untuk Mengembangkan Media Video Iklan Layanan Masyarakat dengan CERDIK sebagai pencegahan Diabetes Melitus pada remaja kelas XI SMA.

## METODE

Desain penelitian yang digunakan adalah Research and Development (R&D) yang berorientasi pada pengembangan.

Model pengembangan media yang digunakan adalah model 4D yang diajukan oleh Thiagarajan yang terdiri dari langkah *Define, Design, Development, dan Disseminate*.<sup>8</sup>

Penelitian ini dilakukan di SMAS Nugraha Kota Bandung pada bulan Maret 2024. Sampel dari penelitian ini merupakan 59 orang siswa kelas XI yang sudah berusia 17 tahun. Sampel penelitian ini diambil menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *total sampling* karena menurut Arikunto, jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka seluruh sampel diambil. Namun, jika populasinya lebih dari 100 orang, 10-15% atau 20-25% sampel diambil.<sup>9</sup>

Alat pengukur menggunakan kuesioner untuk mengukur penggunaan materi dan media. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner.

Penilaian tentang kecocokan media pendidikan didasarkan pada evaluasi kuesioner yang diisi dengan skala Likert untuk melihat tingkat validasi materi dan media.

$$P = \frac{\sum xi}{\sum xj} \times 100\%$$

keterangan :  
P= Persentase

$\sum xi$  = Skor diperoleh

$\sum xj$  = Skor yang diharapkan

**Tabel 1.**  
**Kriteria Kelayakan Materi dan Media**

Skor	Kriteria
< 21%	Sangat Tidak Layak
21-40%	Tidak Layak
41-60%	Cukup Layak
61-80%	Layak
81-100%	Sangat Layak

Penelitian ini telah disetujui secara etis oleh Komisi Etik Poltekkes Kemenkes Bandung 14 Maret 2024 dengan No.42/KEPK/EC/III/2024.

## HASIL

### Tahap Define

Analisis kebutuhan media diperoleh dari wawancara kepada 5 orang remaja kelas XI SMA. Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa media yang disukai oleh sasaran remaja adalah media video dengan durasi tidak terlalu panjang, disertai dengan gambar atau animasi yang menarik dan tidak terlalu banyak teks. Materi yang dibutuhkan yaitu terkait dengan pengertian, gejala, penyebab dan cara pencegahannya. Karakter yang sasaran inginkan yaitu karakter yang berhubungan dengan Diabetes Melitus dan karakter orang seperti remaja atau anak sekolah. Warna dalam media yang sasaran inginkan adalah warna yang colorful dan soft agar dapat menarik minat mereka untuk menonton video tersebut. Penggunaan bahasa dalam media tersebut harus sesuai dengan EYD tetapi tidak terlalu formal dengan pembawaan yang santai dan durasi ideal menurut sasaran yaitu sekitar 2-3 menit.

### Tahap Design

Tahap Design atau perancangan media video iklan layanan masyarakat

- 1) Praproduksi

Pada praproduksi ini dilakukan persiapan untuk membuat video iklan layanan masyarakat yang terdiri dari mempersiapkan ide, story board, menulis naskah atau skenario, dan persiapan alat serta aplikasi untuk mengarahkan penulis dalam mengesekusi karya.

- 2) Produksi

Langkah-langkah yang ada dalam tahapan produksi adalah pembuatan animasi sesuai dengan isi storyboard. Media video iklan layanan masyarakat tersebut diproduksi dalam 7 hari dalam bentuk format MP4 dengan durasi 2 menit 39 detik. Langkah-langkah produksi video iklan layanan masyarakat terdiri dari pembuatan animasi, pemilihan background, Sound effect, transisi dan voice over.

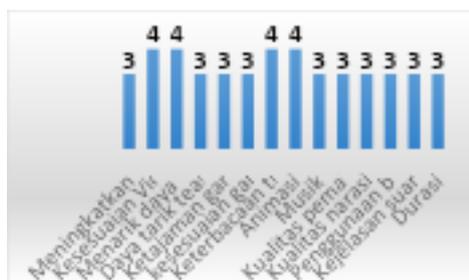
### 3). Pascaproduksi

Langkah terakhir adalah pascaproduksi yang meliputi compositing, editing dan rendering. Pada tahap ini dilakukan penggabungan semua hasil kerja dalam proses produksi.

## Tahap Development

### 1. Kelayakan media oleh Ahli Media

Kelayakan media dilakukan selama 6 hari dimulai dari tanggal 15 maret-21 maret 2024 oleh ahli media.

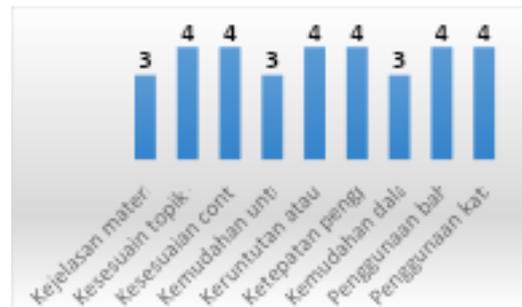


**Gambar 1.**  
**Hasil kelayakan Media Video Iklan Layanan Masyarakat oleh Ahli Media**

Berdasarkan grafik tersebut dan hasil perhitungan rumus persentase didapatkan persentase sebesar 82% dapat diinterpretasikan media video iklan layanan masyarakat dari ahli media masuk kedalam kategori sangat layak.

### 2. Kelayakan materi oleh Ahli Materi

Kelayakan materi dilakukan selama 3 hari dimulai dari tanggal 15 Maret- 17 Maret 2024 oleh ahli materi.



**Gambar 2.**  
**Hasil kelayakan Materi Video Iklan Layanan Masyarakat oleh Ahli Materi**

Berdasarkan grafik diatas dan hasil perhitungan rumus persentase didapatkan persentase sebesar 92% dapat di interpretasikan media video iklan layanan masyarakat dari ahli materi masuk kedalam kategori sangat layak.

### 3. Revisi

Melakukan revisi dan saran dari validator:

#### a) Ahli Media

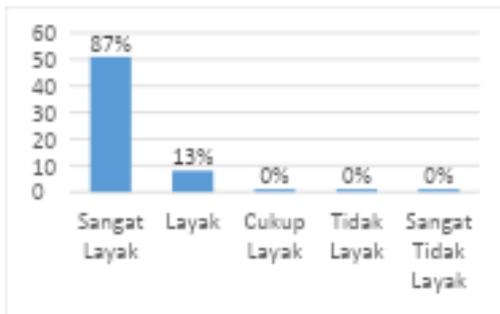
Menambahkan sumber pembuat dibagian belakang video serta menyeimbangkan objek karakter animasi di detik 1:54, durasi dan efek animasi disesuaikan dengan karakter animasi ibu dokter.

#### b) Ahli Materi

Bahasa ilmiah ditambahkan pada bagian gejala Diabetes Melitus dan di tambahkan call to action.

### 4. Kelayakan media video iklan layanan masyarakat oleh pengguna

Kelayakan media pengguna dilakukan tanggal 26 Maret 2024 kepada 59 responden remaja kelas XI SMA.



**Gambar 3.**  
**Hasil kelayakan Media Video Iklan Layanan Masyarakat oleh Pengguna**

Berdasarkan grafik diatas hasil penilaian kelayakan materi dan media video iklan layanan masyarakat oleh remaja kelas XI SMA dari 59 responden terdapat 51 orang menyatakan sangat layak dan 8 orang menyatakan layak. Jika di persentasekan terdapat 87% sasaran menilai sangat layak dan 13% menilai layak dengan rata-rata persentase keseluruhan responden sebesar 85%, masuk dalam kategori sangat layak.

### **Tahap Dissemination**

Media video iklan layanan masyarakat tentang pencegahan Diabetes Melitus dengan CERDIK diakses melalui link dan QR Code yang terhubung pada platform youtube agar diputar kembali oleh pelajar sehingga pelajar bisa mempelajari kembali materi yang sebelumnya sudah disampaikan melalui divideo. Media video iklan layanan tersebut telah diakses sebanyak 73 kali dengan batas waktu sampai 11 Juni 2024.

## **PEMBAHASAN**

### **Tahap Define**

Pada tahap ini didapatkan berupa ketertarikan siswa terhadap media video iklan layanan masyarakat yaitu media video dengan durasi tidak terlalu panjang, disertai dengan gambar atau animasi yang menarik dan tidak terlalu banyak teks, memiliki karakter remaja atau anak sekolah agar dapat

membawa jalan cerita dan pesan yang disampaikan.<sup>10</sup>

Warna yang diinginkan colorful dan soft sehingga dapat menarik minat mereka untuk menonton video iklan layanan masyarakat tersebut.<sup>11</sup>

Penggunaan bahasa sesuai EYD dan tidak terlalu formal karena sebuah media video pengguna sering kali menggunakan bahasa yang ringkas, lucu, dan menarik perhatian.<sup>12</sup> Durasi ideal yang diinginkan yaitu 2-3 menit supaya anak remaja dapat lebih memahami materi melalui video, contohnya iklan layanan masyarakat yang membahas tentang pendidikan kesehatan. Khususnya membahas tentang penyebab dan cara pencegahan.<sup>13</sup>

Serta materi yang dibutuhkan yaitu terkait pengertian, gejala, penyebab, dan cara pencegahannya.

### **Tahap Design**

Proses perancangan media video iklan layanan masyarakat ini dimulai dari praproduksi, produksi hingga pascaproduksi. Pembuatan desain animasi 2D dilakukan menggunakan aplikasi Canva pro dan pemberian transisi dan sound effect dibuat menggunakan aplikasi Capcut agar perpindahan video ke video lebih menarik.<sup>14</sup>

Perekaman suara untuk narasi (voice over) dilakukan dengan menggunakan aplikasi perekam suara pada smartphone Apple iPhone 11 dengan format rekaman m4a.

### **Tahap Development**

Penilaian kelayakan media dilakukan kepada 1 ahli media yaitu Hilda Khairani, S.Tr.Kes yang memiliki keahlian dalam bidang media mendapatkan nilai rata-rata kelayakan media sebesar 82% dengan kriteria media sangat layak digunakan

berdasarkan dua aspek yaitu pembelajaran dan media. Namun, dalam aspek media terdapat saran perbaikan yaitu penambahan sumber ilustrasi/gambar pada video, durasi dan efek karakter animasi ibu dokter perlu disesuaikan.

Uji kelayakan dilakukan oleh 1 ahli materi yaitu Dhimas Herdianta, S.K.M., M.Kes, yang memiliki keahlian dalam bidang materi memperoleh nilai 92% yang memiliki kriteria sangat layak digunakan, nilai kelayakan materi diperoleh berdasarkan tiga aspek penilaian yaitu isi materi, penyajian, dan bahasa. Dengan diperolehnya nilai 92% maka materi tersebut memiliki tingkat kebenaran informasi yang tinggi serta informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

Penilaian uji kelayakan kepada pengguna dilakukan kepada remaja kelas XI usia 17 tahun, dari hasil uji pengguna tersebut menghasilkan 51 orang menyatakan media sangat layak dan 8 orang menyatakan media layak. Uji kelayakan media video iklan layanan masyarakat kepada pengguna media sebanyak 59 remaja kelas XI SMA dalam aspek media dan materi mendapatkan nilai 87% termasuk kategori sangat layak digunakan dan 13% dinyatakan kategori layak digunakan. Dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 85% termasuk kriteria sangat layak, sehingga dapat disimpulkan jika media video iklan layanan masyarakat dinyatakan sangat layak digunakan.

#### **Tahap Dissemination**

Media video iklan layanan masyarakat pencegahan Diabetes Melitus ini disebarluaskan melalui *link* dan *QR Code* yang terhubung pada *platform youtube*. Materi yang telah disampaikan dalam video dapat diputar kembali oleh pelajar untuk

memudahkan proses pembelajaran ulang.<sup>15</sup>

#### **SIMPULAN**

Tahap Define menghasilkan temuan bahwa pengetahuan tentang Diabetes Melitus belum banyak diketahui, kebutuhan media antara lain media video dengan durasi 2-3 menit, penggunaan bahasa sesuai EYD, santai dan tidak terlalu baku serta materi yang diangkat yaitu pengertian, gejala, penyebab, dan pencegahan. Tahap Design dengan membuat rancangan pengembangan melalui tahapan antara lain praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap Development dilakukan dengan hasil kelayakan media video iklan layanan masyarakat dari penilaian ahli media dan ahli materi termasuk dalam kategori sangat layak. Hasil kelayakan video iklan layanan masyarakat dari penilaian pengguna termasuk dalam kategori sangat layak. Tahap Disseminate dilakukan dengan menyebarkan media melalui youtube yang dibuktikan dengan adanya jumlah viewer.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas kelancaran dalam penelitian ini. Terima kasih kepada pimpinan Poltekkes Bandung terutama di Jurusan Promosi Kesehatan, subjek penelitian, dan juga teman-teman yang memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran penelitian tersebut.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

1. Jabar OD. Jumlah kasus diabetes melitus. Published 2020. <https://opendata.bandung.go.id/data-set/jumlah-penderita-penyakit-hipertensi-diabetes-dan-gangguan-jiwa-di-kota-bandung>

2. Kemenkes RI. Hasil Riset Kesehatan Dasar Tahun 2018. *Kemendrian Kesehat RI*. 2018;53(9):1689-1699.
3. Riskesdas. *Laporan Riskesdas Provinsi Jawa Barat.*; 2018. <https://litbang.kemkes.go.id>
4. Dinkes Kota Bandung. Profil Kesehatan Bandung. *Dinas Kesehat Kota Bandung*. Published online 2022:1. <https://dinkes.bandung.go.id/wp-content/uploads/2021/08/Versi-4-Profil-Kesehatan-Kota-Bandung-Tahun-2020.pdf>
5. kementerian kesehatan RI. Perilaku Cerdik Dalam Mencegah Penyakit Tidak Menular. Published 2022. <https://ayosehat.kemkes.go.id/perilaku-cerdik-dalam-mencegah-penyakit-tidak-menular>
6. Hariawan H. CERDIK Meningkatkan Pengendalian Penyakit Tidak Menular di Indonesia. *Tunas-Tunas Ris Kesehat*. 2020;10(1):16-20.
7. Neonisa D. Peran Iklan Layanan Masyarakat dalam Sosialisasi Program Busway oleh Pemprov DKI: Proses Sosialisasi Program Busway. *Humaniora*. 2011;2(2):1446. doi:10.21512/humaniora.v2i2.3215
8. Salsabila AH, Iriani T, Sri Handoyo S. Penerapan Model 4D Dalam Pengembangan Video Pembelajaran Pada Keterampilan Mengelola Kelas. *J Pendidik West Sci*. 2023;1(08):495-505. doi:10.58812/jpdws.v1i08.553
9. Amin NF, Garancang S, Abunawas K. Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *J Pilar*. 2023;14(1):15-31.
10. Husein Batubara H, Noor Ariani D. Model Pengembangan Media Pembelajaran Adaptif DiSekolah Dasar. *Muallimuna J Madrasah Ibtidaiyah*. 2019;5(1):33-46. <http://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/jurnalmuallimuna>
11. Arifin AN, Bahri A, Palennari M, Anas C. Pengembangan media pembelajaran Buku Komik Biologi pada Materi Sistem Pencernaan Manusia untuk Siswa SMP. *Semin Nas Lemb Penelit UNM*. Published online 2019:404-407.
12. Dewani SL, Presida SB, Saputra AF, Putri CS. Realitas Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Sosial TikTok Mahasiswa. *Pubmedia Soc Sci Humanit*. 2024;1(3):14. doi:10.47134/pssh.v1i3.165
13. Putri Nurhana N, Rizqi Ma. Pengembangan Media Promosi Kesehatan Video Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Pencegahan Obesitas Pada Remaja Kota Bandung. *J Kesehat Siliwangi*. 2021;2(1):160.
14. Khairi AS, Amri H, Bancin H, Ikhwan A. Analisis Penggunaan Teknik Editing Pada Music Video Stray Kids Thunders. *J Sains dan Teknol*. 2023;3(1):1-5. doi:10.47233/jsit.v3i1.445
15. Nur Setiyana F, Badu Kusuma A. Potensi Pemanfaatan Youtube Dalam Pembelajaran Matematika. *EduMatSains J Pendidikan, Mat dan Sains*. 2021;6(1):71-90. doi:10.33541/edumatsains.v6i1.294