

## **PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN MERCHANDISE KIPAS MENGENAI GIZI SEIMBANG BAGI REMAJA**

*Development of Health Promotion Media in the Form of Hand-Held Fan  
Merchandise on Balanced Nutrition*

**Melati Nur Fatima <sup>1\*)</sup>, Febri Sri Lestari <sup>1</sup>**

<sup>1)</sup>Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Bandung

\*Email: melatinrftm@gmail.com dan febrilestari@staff.poltekkesbandung.ac.id

### **ABSTRACT**

*A Balanced nutrition in adolescents is a major problem today, which is caused by a healthy lifestyle. Efforts that can be made by health promoters are to provide nutrition health education using the media. The development of Media Merchandise Fan regarding Balanced Nutrition for adolescents is one of the means to assist and facilitate adolescents in various nutritional health education to obtain information repeatedly and to attract interest so that they are enthusiastic in learning which is the reason behind this development research. The purpose of this study was to develop and assess the feasibility of media merchandise fan regarding balanced nutrition for adolescents. The research used ADDIE development model, namely Analysis (analysis), Design (design), Development (development), Implement (implementation), and Evaluation (evaluation). The results showed that the development of health promotion media merchandise fan regarding balanced nutrition for adolescents in terms of media, namely bright attractive colors, images that can help understand, fonts and sizes according to the character of teenagers. In terms of material, the content of the material is short, dense, clear and in simple language. The conclusion is that the fan merchandise media is very suitable to be used as a balanced nutrition education media for teenagers in the city of Bandung. This can be seen from the results of the percentage of material expert validation with a score of 86.7%, media expert validation with a score of 96.4% and adolescent respondents with a score of 90.8%. Further research is needed on the effectiveness of using fan merchandise media.*

**Key words:** *Balanced Nutrition, Fan Merchandise, Media Development*

### **ABSTRAK**

Gizi seimbang pada remaja menjadi permasalahan utama saat ini, yang disebabkan oleh pola hidup sehat. Upaya yang dapat dilakukan oleh promotor kesehatan adalah dengan memberikan pendidikan kesehatan gizi menggunakan media. Pengembangan Media Merchandise Kipas Mengenai Gizi Seimbang Bagi remaja merupakan salah satu sarana untuk membantu dan memudahkan remaja dalam edukasi kesehatan gizi yang bervariasi untuk mendapatkan informasi secara berulang-ulang serta menarik minat agar semangat dalam belajar yang merupakan alasan untuk melatar belakangi penelitian pengembangan ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menilai kelayakan media merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja. Penelitian yang digunakan model pengembangan ADDIE yaitu *Analysis* (analisis), *Design* (desain), *Development* (pengembangan), *Implement* (implementasi), dan *Evaluation* (evaluasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan media promosi kesehatan merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja dari segi media yaitu warnanya cerah menarik, terdapat gambar yang dapat membantu memahami, font dan ukuran sesuai karakter remaja. Dari segi materi yaitu isi materi

yang singkat, padat, jelas dan bahasa sederhana. Kesimpulan media merchandise kipas sangat layak digunakan sebagai media edukasi gizi seimbang bagi remaja di Kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari hasil persentase validasi ahli materi dengan skor 86,7%, validasi ahli media dengan skor 96,4% dan responden remaja dengan skor 90,8%. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang efektivitas penggunaan media merchandise kipas.

**Kata kunci:** Gizi Seimbang, Merchandise Kipas, Pengembangan Media

## PENDAHULUAN

Perubahan fisik pada masa remaja akan mempengaruhi kesehatan dan status gizi remaja tersebut<sup>1</sup>. Salah satu masalah gizi remaja adalah obesitas atau suatu keadaan dimana terjadi timbunan lemak yang berlebihan atau abnormal pada jaringan adipose, yang akan mengganggu kesehatan<sup>2</sup>. Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Tahun 2018 di Indonesia menunjukkan prevalensi obesitas usia >18 tahun sebesar 21,8% dan provinsi Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang memiliki prevalensi obesitas tergolong tinggi sebesar 31,3% dan Kota Bandung 40,8%<sup>3</sup>. Sementara itu, berdasarkan prevalensi obesitas pada umur >15 tahun tertinggi di Kecamatan Cicendo dengan jumlah penderita perempuan 1068 orang dan penderita laki-laki 217 orang.<sup>4</sup>

Obesitas pada remaja disebabkan banyak faktor yaitu minimnya aktivitas fisik, konsumsi makanan tidak sehat dan perubahan pola makan yaitu mengonsumsi makanan melebihi kebutuhan, makanan tinggi energi lemak, tinggi karbohidrat dan rendah serat. Sementara itu perilaku makanan yang salah adalah perilaku memilih makanan berupa *junk food*, makanan kemasan dan minuman ringan<sup>5</sup>. Oleh karena itu upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan perubahan perilaku adalah meningkatkan pengetahuan melalui pendidikan kesehatan gizi menggunakan media.

Pendidikan gizi pada remaja diupayakan menggunakan media yang menarik agar diterima dengan mudah, menghindari adanya kejenuhan remaja,

dan sasaran memahami materi yang disampaikan. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh edukasi menggunakan media terhadap peningkatan pengetahuan remaja<sup>6</sup>.

Media yang menarik minat diantaranya dengan memodifikasi media yang sudah ada. Media leaflet adalah bahan cetak tertulis berupa lembaran<sup>7</sup>, dilihat dari segi fisik leaflet kemungkinan tidak tahan lama, lebih cepat rusak, mudah hilang bila sering dibawa<sup>8</sup>. Oleh karena itu media leaflet tersebut butuh dimodifikasi dengan membuat media yang baru, update dan lebih bermanfaat yaitu media *merchandise* bentuk kipas. Media *merchandise* bentuk kipas selain berfungsi sebagai cinderamata, namun dapat dikemas sebagai promosi dan informasi<sup>9</sup>. Dengan demikian, modifikasi ini menghasilkan media yang tepat, layak, awet dan efektif dalam proses pendidikan kesehatan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengembangkan media merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja di Kota Bandung.

## METODE

Jenis penelitian ini merupakan jenis pengembangan (*Research and Development / R&D*). Disain penelitian ini menggunakan *the exploratory sequential design* merupakan desain yang diawali dengan pengumpulan data kualitatif untuk mengeksplorasi fenomena atau kebutuhan sasaran kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data kuantitatif uji coba kelayakan media<sup>10</sup>. Prosedur penelitian

dan pengembangan menggunakan model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) yang dikembangkan oleh Robert Maribe Branch<sup>11</sup>.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Cicendo Kota Bandung. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di Kecamatan Cicendo Kota Bandung usia 10-24 tahun. Teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah dibuat oleh peneliti yaitu remaja yang di wilayah Kota Bandung Kecamatan Cicendo, Usia 10-24 tahun, dan mahasiswa aktif. Besar sampel penelitian kualitatif dihitung menggunakan rumus lemeshow didapatkan 42 sampel<sup>12</sup>.

Variabel dalam penelitian ini adalah media *merchandise* kipas yaitu media cetak yang berisi informasi gizi seimbang dengan desain menarik yang layak guna, bermanfaat dan sesuai kebutuhan. Alat ukur penelitian ini menggunakan kuesioner validasi kelayakan materi dan media. Hasil ukur menggunakan pedoman skala likert yaitu 5 : sangat setuju, 4 : setuju, 3 : cukup setuju, 2 : tidak setuju, 1 : sangat tidak setuju<sup>13</sup>. Cara ukur penelitian ini dengan membagikan kuesioner kepada ahli materi, ahli media dan pengguna untuk mevalidasi kelayakan media.

Pengumpulan data pada penelitian ini dibagi 2 yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Langkah – langkah penelitian kualitatif yaitu memberikan informasi mengenai tujuan, proses penelitian dan etika penelitian, meminta responden untuk mengisi lembar persetujuan (informed consent), dan pengumpulan data dengan angket pertanyaan terbuka kepada remaja. Sedangkan, langkah-langkah penelitian kuantitatif yaitu memberikan informasi mengenai tujuan, proses penelitian dan etika penelitian, meminta responden untuk mengisi lembar persetujuan (Informed Consent) dan pengumpulan data dari ahli materi, ahli media, dan pengguna dengan menggunakan angket pertanyaan tertutup.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskripsi untuk menghitung skor kelayakan media yang diperoleh dari hasil kuesioner tanggapan ahli media, ahli materi dan remaja menggunakan pedoman skala likert dan dihitung persentase menggunakan rumus perhitungan dan kriteria validasi<sup>14</sup>.

Penelitian ini telah mendapatkan persetujuan etik yang diterbitkan oleh komisi etik Poltekkes Kemenkes Bandung pada tanggal 9 Juni 2021 dengan nomor etik No. 37/KEPK/EC/VI/2021.

## HASIL

### Karakteristik Ahli dan Pengguna

Hasil penelitian ini yang telah divalidasi terdiri dari 1 orang ahli media, 1 orang ahli materi, 5 orang pengguna kualitatif dan 42 orang pengguna kuantitatif.

### Karakteristik Ahli

Tabel 1  
Ahli Media dan Ahli Materi

Kategori	n	%
Pendidikan		
S1	0	0
S2	2	100
Jenis Kelamin		
Laki-laki	2	100
Perempuan	0	0

Karakteristik ahli media dan ahli materi pada penelitian ini seluruhnya kategori pendidikan S2 dan jenis kelamin laki-laki.

### Karakteristik Pengguna

Tabel 2  
Pengguna Kualitatif

Kategori	N	%
Usia		
20 tahun	1	20
21 tahun	3	60
22 tahun	1	20
Jenis Kelamin		
Laki-laki	2	40
Perempuan	3	60

Karakteristik pengguna kualitatif pada penelitian ini paling banyak usia 21 tahun dan jenis kelamin perempuan.

**Tabel 3**  
**Pengguna Kuantitatif**

Kategori	n	%
Usia		
10-17	2	4,8
18-24	40	95,2
Jenis Kelamin		
Laki-laki	10	23,8
Perempuan	32	76,2

Karakteristik pengguna kuantitatif pada penelitian ini paling banyak usia 18-24 tahun dan jenis kelamin perempuan.

Produk yang dikembangkan dalam penelitian ini menggunakan model penelitian dan pengembangan ADDIE (Analysis (analisis), Design (desain), Development (pengembangan), Implementation (implementasi), dan Evaluasi (evaluasi)).

### Analisis Kebutuhan Remaja

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, diperoleh masalah mendasar yang terjadi pada remaja yaitu selama ini remaja membutuhkan materi tentang kesehatan gizi karena materi mengenai gizi seimbang yang remaja dapatkan hanya mengetahui dari leaflet, poster dan media sosial saja. Media yang terlihat hanya beberapa kali muncul sehingga kurang mengingat materi yang disampaikan, kurang efektif, dan masih kurangnya variasi media mengenai gizi seimbang yang remaja dapatkan dan gunakan. Selain itu tidak semua remaja mendapatkan informasi untuk dapat mengakses media tersebut. sehingga ketertarikan untuk mengetahui kurang. Merchandise kipas dinilai sangat menarik dalam fungsinya sehingga timbulnya semangat untuk belajar mengenai materi gizi seimbang.

Sehingga, berdasarkan hasil wawancara didapatkan data kebutuhan mengenai isi media yaitu memakai gambar yang lebih banyak namun

sesuai dengan karakter remaja, sementara itu berdasarkan hasil wawancara mengenai isi materi yang terdapat di media merchandise kipas yaitu menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dimengerti, font yang menarik, materi singkat dan jelas.

### Desain

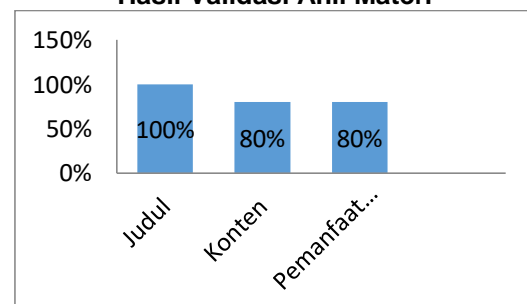
Desain ini meliputi perencanaan rancangan produk yang akan dihasilkan serta proses pengembangan pembuatan media dimana seluruh objek media merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja dibuat meliputi tahap desain pemilihan materi dan penggunaan gambar yang ditampilkan dalam media, tahap produksi dengan meringkas materi gizi seimbang pada desain media merchandise kipas menggunakan aplikasi *Corel Draw X7*, dan melakukan validasi kepada ahli materi dan ahli media.

### Pengembangan

#### 1. Validasi Ahli Materi

Hasil validasi materi gizi seimbang berdasarkan ahli materi adalah sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Hasil Validasi Ahli Materi**



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

Sumber : (Karunia, 2017)<sup>15</sup>

Keterangan

P = persentase kelayakan

$\sum x$  = jumlah total yang diperoleh

$\sum xi$  = jumlah skor total

$$P = \frac{13}{15} \times 100\%$$

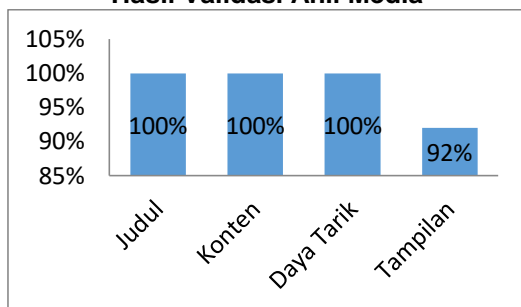
$$= 86,7\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas, hasil dari uji kelayakan materi yang divalidasi oleh ahli materi didapatkan sebesar 86,7% yang termasuk dalam kategori sangat layak. Sehingga materi yang digunakan dalam media merchandise kipas mengenai gizi seimbang dinyatakan sangat layak digunakan.

## 2. Validasi Ahli Media

Hasil validasi media merchandise kipas berdasarkan ahli media adalah sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Hasil Validasi Ahli Media**



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

Sumber : (Karunia, 2017)<sup>13</sup>

Keterangan

P = persentase kelayakan  
 $\sum x$  = jumlah total yang diperoleh  
 $\sum xi$  = jumlah skor total

$$P = \frac{53}{55} \times 100\%$$

$$= 96,4\%$$

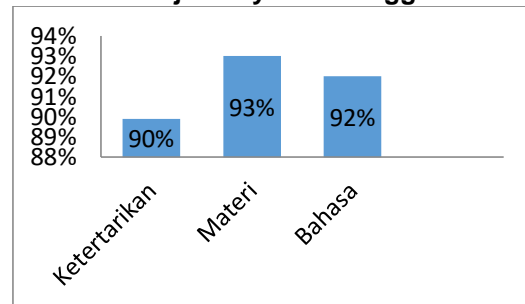
Berdasarkan perhitungan diatas, hasil dari uji kelayakan media yang divalidasi oleh ahli media didapatkan sebesar 96,4% yang termasuk dalam kategori sangat layak. Sehingga media merchandise kipas mengenai gizi seimbang dinyatakan sangat layak digunakan

## Implementasi

Implementasi pada tahap ini adalah uji kelayakan kepada pengguna. Uji

coba ini melibatkan 42 remaja. Hasil uji kelayakan kepada pengguna adalah sebagai berikut :

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Kelayakan Pengguna**



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

Sumber : (Karunia, 2017)<sup>13</sup>

Keterangan

P = persentase kelayakan  
 $\sum x$  = jumlah total yang diperoleh  
 $\sum xi$  = jumlah skor total

$$P = \frac{2.097}{2.310} \times 100\%$$

$$= 90,8\%$$

Berdasarkan hasil uji coba pengguna yang melibatkan 42 responden, diperoleh bahwa produk media merchandise kipas gizi seimbang sangat layak dengan persentase sebesar 90,8% yang termasuk dalam kategori sangat layak. Sehingga media merchandise kipas mengenai gizi seimbang dinyatakan sangat layak digunakan.

## Evaluasi

Berdasarkan hasil tanggapan uji coba pengguna kepada remaja pada tahap implementasi didapatkan bahwa media merchandise kipas yang dikembangkan sudah sangat layak digunakan, penyampain informasi menyenangkan, bahasa dalam menyampaikan mudah dipahami,. Bentuk, warna, tata letak media sangat menarik, huruf yang digunakan sederhana dan mudah dibaca.



## PEMBAHASAN

### Analisis Kebutuhan Remaja

Analisis kebutuhan remaja melalui wawancara diperoleh masalah mendasar yang terjadi pada remaja yaitu selama ini pemberian materi mengenai gizi seimbang hanya mengetahui dari leaflet, poster dan media sosial saja. Media yang terlihat hanya beberapa kali muncul sehingga kurang mengingat materi yang disampaikan, kurang efektif, dan masih kurangnya variasi media mengenai gizi seimbang yang remaja dapatkan dan bisa digunakan fungsinya. Selain itu tidak semua remaja mendapatkan informasi untuk dapat mengakses media tersebut, sehingga ketertarikan untuk mengetahui kurang. Sehingga media merchandise kipas dapat menjadi media yang menarik dan informatif.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Imanniar bahwa merancang merchandise yang bisa memberikan nilai fungsi tepat guna adalah dengan cara membuat bentuk merchandise yang orientasinya disesuaikan dengan operasional kehidupan konsumen. Perancangan media promosi merchandise yang baru ini telah diuji coba diimplementasikan, kontribusi yang dirasakan sangat meningkat, hal ini dibuktikan dengan grafik penjualan tiap bulannya yang terus meningkat<sup>9</sup>. Hasil penelitian Putra menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memilih setuju bahwa merchandise memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian<sup>15</sup>.

### Desain

Peneliti melakukan perencanaan dan pengembangan media merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja. Kemudian peneliti menetapkan tujuan berdasarkan analisis kebutuhan remaja. Media ini bertujuan untuk memberikan pendidikan kesehatan secara tidak langsung sebagai upaya memberikan informasi tentang gizi seimbang kepada remaja. Adapun isi materi dari media merchandise kipas

yang dibuat mengenai isi piringku dan pesan umum gizi seimbang.

### Pengembangan

Hasil validasi oleh ahli materi menyatakan bahwa materi gizi seimbang dalam media merchandise kipas ini valid atau sangat layak digunakan dengan perolehan 86,7% yang menunjukkan kriteria sangat valid dan tidak perlu revisi dengan tiga aspek yang dijadikan penilaian yaitu judul, konten, dan pemanfaatan<sup>16</sup>.

Dalam aspek judul terdapat indikator penilaian judul menarik, mudah dipahami dan mudah diingat. Aspek konten mendapatkan indikator penilaian informasi yang disampaikan tepat, lengkap, dan sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Aspek pemanfaatan mendapatkan indikator penilaian dapat dijadikan sebagai media informasi, menambah pengetahuan, dapat mengubah perilaku ke arah yang baik. Saran perbaikan dengan memberikan penjelasan yang umum bahwa makanan pokok adalah makanan yang mengandung karbohidrat. Kemudian penambahan kata pada poin aktivitas fisik adalah dilakukan min 30 menit per hari.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Tena menulis adalah kegiatan menggunakan kosa kata dan kaidah bahasa untuk menyampaikan gagasan, perasaan, dan pesan secara tertulis kepada orang lain tanpa kontak langsung. Penulis harus terampil memanfaatkan kosa kata yang baik dan benar agar pembaca dapat memahami tulisan penulis. Artinya materi yang disampaikan atau diuraikan harus jelas dan fokus sehingga materi lebih mudah dipahami<sup>18</sup>.

Hasil validasi oleh ahli media menyatakan bahwa media merchandise kipas ini valid atau sangat layak digunakan dengan perolehan 96,4% yang menunjukkan kriteria sangat valid dan tidak perlu revisi dengan empat aspek yang dijadikan penilaian yaitu judul, konten, daya tarik dan tampilan<sup>16</sup>. Namun, aspek tampilan terdapat poin

yang perlu direvisi terkait warna dan kecerahan media. Saran perbaikan media merchandise ini adalah mengganti warna background atau text agar lebih kontras dan dihubungkan dengan penilaian maka warna dan kecerahan perlu diperbaiki.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Purnama warna memegang peranan penting dalam perkembangan media. Warna memiliki makna psikologis dan estetika yang dalam. Pilihan warna yang baik umumnya mendukung keberhasilan pengembangan media dan tidak hanya memberikan reaksi positif pada pemakainya, tetapi juga membangkitkan kekaguman dan keindahannya<sup>19</sup>.

### **Implementasi dan Evaluasi**

Hasil uji coba kelayakan pengguna kepada remaja menyatakan bahwa media merchandise kipas ini valid atau sangat layak digunakan dengan perolehan 90,8% yang menunjukkan kriteria sangat valid dan tidak perlu revisi dengan tiga aspek yang dijadikan penilaian yaitu ketertarikan, materi dan bahasa<sup>17</sup>. Berdasarkan hasil tanggapan uji coba pengguna tahap implementasi didapatkan hasil persentase sebesar 90,7% bahwa media merchandise kipas yang dikembangkan sudah sangat layak digunakan, penyampaian informasi menyenangkan, bahasa dalam menyampaikan mudah dipahami, bentuk, warna, tata letak media sangat menarik, huruf yang digunakan sederhana dan mudah dibaca.

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Jatmika dalam Yulianti adalah penampilan produk yang baik dapat memberi kesan yang menarik pada para sasaran ketika melihat fisik visual secara langsung<sup>20</sup>.

### **SIMPULAN**

Pengembangan media merchandise kipas mengenai gizi seimbang dilakukan dengan melakukan analisis wawancara didapatkan hasil bahwa remaja membutuhkan media yang menarik dan

informasinya berulang-ulang. Hasilnya, dipengaruhi oleh 2 kategori yaitu isi media berupa bentuk, warna, dan gambar. Isi materi berupa bahasa dan tulisan. Selanjutnya melakukan perencanaan dengan pembuatan matriks melalui 3 tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Kelayakan setelah validasi oleh 2 tim ahli yaitu ahli materi sebesar 86,7%, ahli media sebesar 96,4% yang berarti media merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja "sangat layak" untuk dikembangkan dan respon media merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja oleh sasaran diperoleh hasil keseluruhan kuesioner yang menyatakan "sangat menarik" dengan perolehan persentase 90,7%. Respon remaja menyatakan bahwa media merchandise kipas mengenai gizi seimbang bagi remaja sangat menarik, penyampaian informasi menyenangkan, bahasa dalam menyampaikan mudah dipahami, bentuk, warna, tata letak media sangat menarik, huruf yang digunakan sederhana dan mudah dibaca.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, staf, dan rekan-rekan Jurusan D-IV Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Bandung yang telah memberikan dukungan, motivasi dan bimbingan dalam menyelesaikan jurnal ini.

### **DAFTAR RUJUKAN**

1. Hapsari BA, Yuniarti Y, Sulistyowati E. Efektivitas Konseling Gizi Dengan Media Buku Saku Terhadap Pengetahuan Sikap Mengenai Pencegahan Hipertensi Dan Kebiasaan Makan Natrium Dan Serat Pada Remaja Di SMAN 15 Semarang: Jurnal Riset Gizi; 2015, 46-52
2. World Health Organization. Life in the 21st century A vision for all. Report of the director-general; 1998

3. Kementerian Kesehatan RI; Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018. Jakarta: Kementerian Kesehatan; 2018
4. Dinas Kesehatan Kota Bandung. Portal Data Kota Bandung; 2017( diakses 21 April 2021). Available from: <http://data.bandung.go.id/dataset/penderita-obesitas-di-kotabandung/resource/5c3a69d7-423d-490c-8892-da6bd05ae359>.
5. Pratama PA, Zulkarnain E, Ririanty M. 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): Pustaka Kesehatan; 2018, 53-59
6. Hannati H, Ilmi IMB, Syah MNH. Pengaruh Edukasi Gizi Melalui Komik dan Leaflet Terhadap Peningkatan Pengetahuan Terkait Anemia Pada Remaja Putri Di SMAN 14 Jakarta: Jurnal Gizi dan Kesehatan; 2021, 40-53
7. Notoadmodjo S. Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Jakarta: Rineka Cipta; 2003
8. Sukraniti DP, Ambartana IW, Arwati KL. Efektivitas Dengan Media Booklet dan Leaflet Terhadap Peningkatan Pengetahuan Fast Food Anak Sekolah Dasar Denpasar: Kesehatan Masyarakat; 2016
9. Immaniar D, Sudaryono S, Ningrum A. Enriching Media Merchandise Sarana Penunjang Promosi Studi Kasus pada Bookstore: Creative Communication and Innovative Technology Journal; 2014. 420-436.
10. Creswell JW. Penelitian kualitatif & desain riset: memilih diantara lima pendekatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2015
11. Wulandari E. Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis E-Book Pada Materi Sistem Pencernaan Untuk SMP Kelas VIII: Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung; 2018
12. Lemeshow S, Hosmes DW, Klar J, Lwanga SK. Adequacy Of Sample Size In Health Studies. Edisi Terjemahan. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
13. Karunia FS. Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Macromedia Flash 8 Pelajaran IPA Materi Energi Listrik Kelas VI Di SD (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang). 2017
14. Hilda K, Fenti Y, Iryanti I, Ridwan S. Pengembangan Media Motion Graphic Mengenai Gizi Seimbang Pada Remaja Putri: Doctoral dissertation, Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung; 2020
15. Putra BWH, Hajati N, Slamet AR. Pengaruh Merchandise, Promosi Dan Atmosfir Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada BSM Sengkaling): Jurnal Ilmiah Riset Manajemen; 2017.
16. Promosi Kesehatan. Petunjuk Tenis Penyelesaian Skripsi Poltekkes Kemkes Bandung; 2020
17. Fitriana NS. Pengembangan Media Permainan Ular Tangga Terintegrasi Asmaul Husna Pada Pembelajaran Tematik (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung); 2018
18. Tena FU. Pengembangan Buku Saku Sebagai Media Pembelajaran pada Materi Menulis Ringkasan Siswa Kelas V SD Negeri Tambakaji 04. Universitas Negeri Semarang; 2016
19. Purnama S. Elemen Warna dalam Pengembangan Multimedia Pembelajaran Agama Islam. Al-Bidayah. Jurnal Pendidikan Dasar Islam, 2 (1); 2016
20. Fadhila Y et all. Pengembangan Buku Saku Digital (*E-Pocketbook*) Kesehatan Reproduksi Remaja Putri Bagi Anggota PIK-R/M Tahun 2020. (Doctoral dissertation, Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung); 2020