

VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI KESEHATAN KEPATUHAN MINUM OBAT PADA PASIEN HIPERTENSI

*Video as a Health Promotion Media Compliance with Drugs in Hipertentions
Patients*

Rizkyka Nurul Aini ^{1*)}, Rahmat Sudiyat¹

^{1*)}Jurusan Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Bandung,

*Email : kykaaaini@gmail.com dan sudiyatrahmat31@gmail.com

ABSTRACT

One of the treatment processes for hypertensive patients is taking medication. Compliance with medication for hypertensive patients aims to reduce the risk of cardiovascular, cerebrovascular and kidney disease, so it is important in the treatment process for hypertensive patients to take medication regularly. The use of video information media is one of the media to improve medication adherence to achieve success in therapy. The purpose of this research is to develop a video health promotion media regarding medication adherence in hypertensive patients. This type of research uses mixed methods with an exploratory sequential mixed methods approach. This research phase begins with the process of exploring the need for video health promotion media with 5 resource persons. A prototype of health promotion media based on 3 stages of ADDIE development model, analysis, design and development stages. The results of the first stage was validation of material experts, were said to be suitable for use with a value of 72%, the second stage, the value of 86% from the material experts in the very appropriate category, and the third stage of the validation test results by means of small-scale trials with 13 hypertensive patients, the value of 91% was categorized as very proper to use. The conclusion of this study is an animated video regarding adherence to taking hypertension medication in hypertensive patients was developed through 3 stages of ADDIE development, analysis, design and development with results of valid video media validation used.

Keywords: hypertension medication adherence, media development, video

ABSTRAK

Proses terapi pasien hipertensi salah satunya dengan melakukan pengobatan meminum obat hipertensi. Kepatuhan minum obat bagi pasien hipertensi bertujuan mengurangi risiko kardiovaskular, serebrovaskular dan penyakit ginjal sehingga penting dalam proses pengobatan pasien hipertensi untuk rutin minum obat. Penggunaan media informasi video merupakan salah satu media untuk meningkatkan kepatuhan minum obat hingga tercapainya kesuksesan dalam terapi. Tujuan penelitian yang dilakukan adalah mengembangkan media promosi kesehatan video mengenai kepatuhan minum obat pada pasien hipertensi. Jenis penelitian menggunakan *mix methods* dengan pendekatan *exploratory sequential mixed methods*. Tahap penelitian ini diawali dengan proses eksplorasi kebutuhan media promosi kesehatan video dengan 5 orang narasumber. Pembuatan prototype media promosi kesehatan berdasarkan 3 tahap model pengembangan ADDIE yaitu tahap *analysis*, *design* dan *development*. Hasil penelitian tahap pertama yaitu validasi ahli materi layak digunakan dengan nilai 72% tahap dua nilai 86% dari ahli materi dengan kategori sangat layak digunakan dan tahap

ketiga hasil pengujian validasi dengan cara uji coba skala kecil dengan 13 pasien hipertensi didapatkan nilai 91% dikategorikan sangat layak digunakan. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi pada pasien hipertensi dikembangkan melalui 3 tahap pengembangan ADDIE yaitu *analysis*, *design* dan *development* dengan hasil validasi media video layak digunakan.

Kata Kunci: kepatuhan minum obat hipertensi, pengembangan media, video

PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi tantangan terhadap pergeseran pola penyakit menular menjadi pola penyakit tidak menular yang diantaranya dipicu oleh perubahan gaya hidup tidak sehat. Menurut Badan Kesehatan dunia atau *World Health Organization* (WHO) tahun 2011, satu milyar orang dunia menderita hipertensi. Hipertensi atau tekanan darah tinggi adalah keadaan tekanan darah sistolik >140 mmHg dan atau tekanan darah diastolik 90 mmHg pada dua kali pengukuran dengan selang waktu lima menit dalam keadaan cukup istirahat/tenang.¹

Hipertensi sering disebut-sebut sebagai *the silent disease* yang memiliki makna muncul tanpa keluhan. Berdasarkan laporan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Indonesia tahun 2018 menunjukkan sebagian besar kasus hipertensi di masyarakat belum terdiagnosis. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengukuran tekanan darah pada usia >18 tahun diketahui bahwa prevalensi hipertensi di Indonesia sebesar 34,1% dimana hanya 7,2% penduduk yang sudah mengetahui bahwa ia memiliki hipertensi dan hanya 8,8% kasus yang minum obat hipertensi.²

Kelurahan 11 Sukabungah Kecamatan Sukajadi, ditemukan penderita Hipertensi >80 % tidak patuh minum obat hipertensi dengan berbagai faktor penyebab yang membuat pasien tidak minum obat berupa : adanya stigma bahwa meminum obat hipertensi hanya saat merasakan gejala. Banyak faktor yang dapat memicu meningkatnya angka kejadian hipertensi. Salah satu faktor risiko yang dapat menyebabkan meningkatnya angka kejadian morbiditas dan

mortalitas penderita hipertensi adalah ketidakpatuhan pasien dalam meminum obat antihipertensi yang dianjurkan oleh dokter³

Mengendalikan kejadian hipertensi, perlu adanya sebuah upaya untuk meningkatkan kepatuhan minum obat pasien hipertensi. Edukasi terstruktur yang dilakukan oleh tenaga kesehatan kepada pasien hipertensi memiliki pengaruh bermakna terhadap kepatuhan minum obat pasien sehingga dapat menurunkan tekanan darah. Dalam hal tersebut, promotor kesehatan memiliki peran penting dalam proses edukasi kepada pasien hipertensi untuk membantu pencegahan dan pengendalian hipertensi. Tujuan penelitian yang dilakukan adalah mengembangkan media promosi kesehatan video mengenai kepatuhan minum obat pada pasien hipertensi. Upaya yang dapat dilakukan berupa intervensi pasien menggunakan media yang informatif dan komunikatif serta mengikuti perkembangan teknologi. Salah satunya menggunakan media Video. Pemilihan video sebagai media penyuluhan kesehatan sangat cocok karena dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.⁴

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *mix methods* dengan desain penelitian *exploratory sequential*. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 2 ahli materi dan media serta 18 subjek pasien hipertensi di wilayah Puskesmas Sukajadi Kota Bandung dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.⁵ Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data kualitatif

dan kuantitatif menggunakan teknik wawancara dan instrumen kuesioner yang diadaptasi dari Petunjuk Teknis Penyelesaian Skripsi 2020 serta instrumen yang dimodifikasi dari Listyani dalam Putra (2020).⁶ Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2021 dan telah mendapatkan persetujuan etik yang diterbitkan oleh komisi etik Poltekkes Kemenkes Bandung dengan nomor etik No.13/KEPK/EC/VI/2021. Penelitian ini menggunakan 3 dari 5 model pengembangan media ADDIE oleh Robert Maribe Branch (2009) dalam (Jatmika & M Maulana, 2019), yaitu:⁷ 1) *Analysis* (Analisis), 2) *Design* (Desain), dan 3) *Development* (Pengembangan)

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis data hasil uji kelayakan oleh ahli materi, ahli media dan responden penelitian menggunakan teknik kuesioner berupa angket yang berskala *Likert*. Data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut Akbar (2013):

$$\square = \frac{\sum \square}{\sum \square} \square 100\%$$

Hasil persentase skor tersebut untuk mengetahui kategorisasi tingkat kelayakan media berdasarkan pada pedoman skala likert:⁸

Tabel 1 Kriteria Kelayakan Media

Persentase Nilai (%)	Kategori	Keterangan
85%-100%	Sangat layak	Sangat baik untuk digunakan
69%-84%	Layak	Boleh digunakan dengan setelah revisi besar

53%-68%	Cukup layak	Boleh digunakan setelah revisi besar
37%-52%	Kurang layak	Tidak boleh digunakan
20%-36%	Tidak layak	Tidak boleh digunakan

HASIL

Eksplorasi Model Media Promosi Kesehatan Video

Hasil wawancara bersama subjek penelitian didapatkan 2 tema yaitu mengenai kepatuhan minum obat hipertensi dan kebutuhan media promosi kesehatan yang menghasilkan 13 kategori diantaranya ; pengetahuan, cara pengobatan, dampak, pengembangan pesan, bentuk bahasa, isi materi, jenis media, durasi, musik latar, durasi, warna dan gambar.

Prototype Pengembangan Media Promosi Kesehatan Video

Hasil pengembangan media video melalui 3 tahap model pengembangan ADDIE :

1. Tahap Analisis (*Analysis*)

a. Analisis kebutuhan

Analisis kebutuhan yang dilakukan pada pasien hipertensi peneliti telah melakukan wawancara pada tanggal 17 Juni 2021 secara langsung dengan menerapkan protokol kesehatan serta secara tidak langsung melalui *video call* aplikasi *whatsApp* dengan jumlah subjek sebanyak 5 orang. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan bahwa selama ini belum ada pemberian materi secara khusus mengenai kepatuhan minum obat hipertensi selama pelayanan

prolanis karena terkendala keadaan pandemi.

Subjek menyatakan bahwa mereka menginginkan adanya media video berbentuk video animasi, dimana video animasi yang menarik adalah video yang memiliki gambar yang mampu menjelaskan isi materi yang disampaikan, didesain dengan warna yang cerah atau terlihat dengan jelas contohnya warna biru atau warna lainnya yang terang dengan durasi yang tidak lebih dari 2 menit.

Isi materi yang diharapkan oleh subjek dari media video tersebut diantaranya ; memperjelas pengertian hipertensi dan mengapa pasien hipertensi perlu untuk meminum obat hipertensi secara rutin serta penjelasan dampak apabila mereka tidak meminum obat tersebut. Subjek lainnya memberikan pernyataan bahwa terdapat beberapa cara untuk mengobati hipertensi yaitu melakukan pengobatan dengan minum obat dan memodifikasi gaya hidup dengan berolahraga, cek kesehatan secara rutin serta mengatur pola makan.

b. Analisis pedoman

Pedoman yang digunakan dalam pembuatan media video berupa video animasi kepatuhan minum obat hipertensi dalam penelitian ini terdiri dari pedoman booklet Hipertensi yang dikeluarkan oleh Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2014 dan pedoman Hipertensi yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2018.

2. Design

a. Konsep produk

Produk media promosi kesehatan video ini berbentuk video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi yang didesain dengan ukuran rasio 16:9 (*widescreen*) dengan durasi

waktu selama 2 menit menggunakan jenis format video mp4.

b. Desain media

Berbentuk video animasi melalui proses pembuatan dimulai dengan membuat matriks serta *storyboard* media

c. Materi

Materi yang digunakan pada media audio visual yaitu video animasi kepatuhan minum obat hipertensi ini meliputi pengertian hipertensi, cara mengobati hipertensi, dampak bila tidak minum obat hipertensi dan tips untuk patuh minum obat

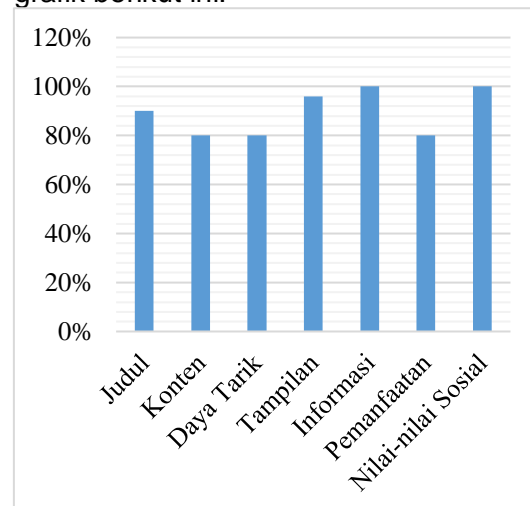
3. Development

Pembuatan media video berupa video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi ini menggunakan aplikasi online www.powtoon.com dan aplikasi audacity.

Uji Coba Kelayakan Produk

1. Validasi Ahli Materi

Hasil validasi materi media audio visual mengenai pencegahan hipertensi berdasarkan ahli materi disajikan dalam grafik berikut ini:



Gambar 1. Hasil persentase penilaian ahli materi

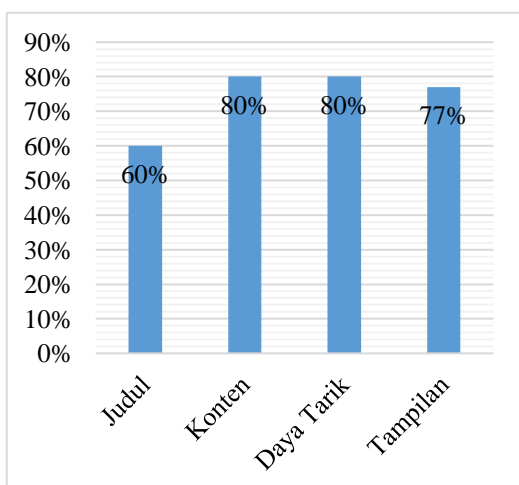
Berdasarkan grafik diatas, hasil penilaian validasi oleh ahli materi didapatkan persentase skor pada setiap

aspek, yaitu aspek judul dengan persentase 90%, aspek konten 80%, aspek daya tarik 80%, aspek tampilan 96%, aspek substansi informasi yang dibutuhkan 100%, aspek pemanfaatan 80% dan aspek kesesuaian dengan nilai-nilai sosial 100%. Dimana 6 aspek termasuk kedalam kategori sangat layak dan 1 aspek termasuk kedalam kategori layak untuk digunakan.

Materi dalam media video animasi kepatuhan minum obat hipertensi ini dapat dikatakan valid karena berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil persentase 86 %. Hal ini diartikan bahwa materi tersebut sangat baik untuk digunakan dalam media video animasi mengenai kepatuhan minum obat, hal tersebut sesuai dengan penelitian Maulana (2009) video juga menjadi salah satu media pembelajaran yang bagus, karena panca indera yang banyak menyalurkan pengetahuan ke otak adalah mata (kurang lebih 75% sampai dengan 85% sedangkan 13% sampai dengan 25% pengetahuan manusia diperoleh dan disalurkan melalui pancaindra yang lain.¹³

2. Validasi Ahli Media

Hasil validasi media audio visual mengenai pencegahan hipertensi berdasarkan ahli media disajikan dalam grafik berikut ini:



gambar 2. Hasil persentase penilaian ahli media

Berdasarkan grafik diatas, hasil penilaian validasi oleh ahli media didapatkan persentase skor pada setiap aspek, yaitu aspek judul dengan persentase 60%, aspek konten 80%, aspek daya tarik 80% dan aspek tampilan 77%. Dimana 4 aspek tersebut termasuk kedalam kategori sangat layak untuk digunakan. Adapun beberapa revisi materi dalam media yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu:

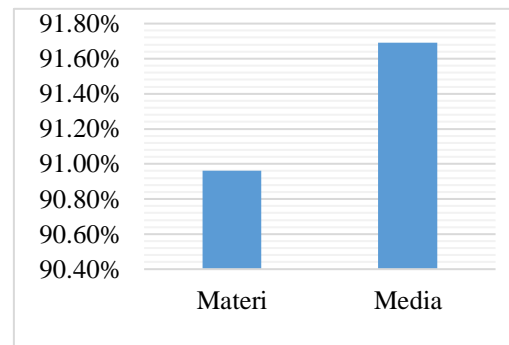
Tabel 2 Hasil Revisi Ahli Media

Saran Perbaikan		Hasil Perbaikan
Audio	Sebaiknya ditambahkan audio untuk memperkuat proses penyampaian pesan kepada sasaran	Penambahan <i>voice over</i> yang diisi oleh suara peneliti serta berkolaborasi dengan sukarelawan untuk mengisi suara
Judul dan pengembangan pesan	Awali dengan judul video dan pengembang medianya	Penambahan judul video yang bertuliskan "Pentingnya Minum obat bagi Pasien Hipertensi"
ilustrasi	Pemilihan beberapa ilustrasi seperti misalnya obat yang belum begitu kuat	Penggunaan vektor obat yang diberikan efek animasi gerak

	menunjukkan kalau itu obat (Liat di pengobatan penderita hipertensi)	
Common file	<p>Lebih baik kalau disertakan link misalnya bagi yang memerlukan kartu pengingat minum obat silahkan scan qr code berikut atau klik link berikut...</p>	<p>Penambahan <i>barcode</i> untuk dapat mengunduh aplikasi pencatat dan pengingat minum obat serta link yang berisikan lembar pengingat minum obat</p>
Closing	<p>seperti halnya diawal, video ini juga tidak ada closing ya, kasian penonton masih nunggu ini udahan atau belum ya...</p>	<p>Penambahan penutup yang ditutup dengan jargon "Saya Tangguh, Saya Patuh"</p>

1. Validasi pasien hipertensi

Hasil validasi hipertensi dengan uji coba skala kecil pada media video mengenai kepatuhan minum obat pada kepatuhan minum obat hipertensi berdasarkan pasien hipertensi adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Hasil persentase penilaian materi dan media oleh

Berdasarkan grafik diatas, hasil penilaian validasi oleh oleh pasien hipertensi didapatkan persentase skor pada setiap aspek, yaitu aspek materi dengan persentase 90,96% dan aspek konten 91,69%, dimana kedua aspek tersebut termasuk kedalam kategori sangat layak untuk digunakan tanpa adanya revisi.

PEMBAHASAN

Eksplorasi Model Media Promosi Kesehatan Video Kepatuhan Minum Obat Hipertensi

Video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi menjadi jenis media yang dipilih oleh pasien hipertensi yang berumur >18 tahun sebagai media yang dapat menarik perhatian dalam membahas materi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kapti (2013) terkait efektifitas media video bahwa penyuluhan dengan audio visual menampilkan gerak, gambar dan suara sedangkan penyuluhan dengan media cetak menampilkan tulisan dan suara penyuluh secara langsung yang membuat terkesan formal.⁹ Media ini menawarkan media yang lebih menarik dan tidak monoton bila digunakan sebagai media penyuluhan.

Proses pengembangan media video animasi tersebut dibuat sesuai dengan hasil analisis kebutuhan dimana penggunaan pengembangan pesan, bentuk bahasa, gambar, musik latar, warna, durasi dan isi materi yang

disampaikan menjadi daya tarik yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video animasi untuk pasien hipertensi yang berumur diatas 18 tahun dengan rata-rata usia subjek penelitian berkisar antara 52 tahun hingga lebih dari 60 tahun atau lanjut usia. Media promosi kesehatan video memberikan pengaruh pada keaktifan lansia (Andayani, 2019).¹⁰ Menurut Chaer dalam Sugiarto (2016) bahwa bahasa adalah bahasa itu bersifat manusiawi, artinya bahasa sebagai alat komunikasi verbal yang hanya dimiliki oleh manusia yang berfungsi untuk bekerja sama atau berkomunikasi di dalam manusia untuk bermasyarakat serta didukung oleh teori yang disampaikan oleh Sir Gerald Barry bahwa komunikasi itu bertujuan untuk menyamakan.¹¹ Sehingga penggunaan bahasa dalam media dirancang menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh masyarakat.

Selain itu pemilihan warna yang tepat sangat berpengaruh dalam tampilan sebuah video, menurut Holtzschue (2011) warna mempunyai dampak tersendiri bagi psikologis, sugesti dan suasana hati bagi sasaran yang melihatnya serta menambahkan musik sebagai latar suara maka dapat membuat media menjadi lebih menarik (Sugiarto, 2016).

Dikutip dari Marketology mengenai durasi Video yang akan diunggah pada media sosial contohnya *youtube* semakin singkat durasi video maka semakin baik, karena mayoritas audiens cenderung cepat jenuh melihat video yang terlalu lama.

Prototype Media Promosi Kesehatan Video

Tahap *Analysis* bertujuan untuk menemukan kebutuhan media promosi kesehatan yang sesuai dengan sasaran yaitu pasien hipertensi. Tahap analisis ini dilakukan dengan wawancara kepada 5 pasien hipertensi, proses wawancara secara langsung dilakukan kepada 2 pasien hipertensi dengan tetap menerapkan protokol kesehatan serta 3 pasien lainnya dilakukan secara

tidak langsung dengan menggunakan aplikasi *whatsapp*.

Tahap kedua merupakan tahap desain. Dalam pengembangan media video berupa video animasi kepatuhan minum obat hipertensi desain yang digunakan terdiri dari: pengembangan pesan dan bahasa, ukuran rasio video, transisi, komposisi warna, pemilihan jenis/warna/ukuran font, *background*, durasi pemutaran video, penggunaan dan penempatan animasi karakter/vektor/gambar ilustrasi, materi yang disajikan dalam video serta elemen lainnya. Ukuran video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi tersebut berasio 16:9 (*widescreen*) dengan format Mp4 dan berdurasi 2 menit. Media ini dapat menjangkau sasaran lebih luas karena mudah disebarkan melalui *smartphone* dan dapat diakses melalui *youtube*. Menurut Oktianti (2019) untuk meningkatkan kepatuhan minum obat pasien hipertensi peneliti memberikan informasi mengenai informasi penggunaan obat. Pemberian edukasi menggunakan media video semakin meningkatkan kepatuhan pasien hipertensi dalam minum obat, pemberian informasi melalui multimedia lebih efektif ketika dilakukan bersama dengan intervensi tambahan seperti intruksi dari dokter atau petugas kesehatan yang lain.¹²

Tahap ketiga adalah pengembangan (*development*) yang merupakan tahapan dalam pembuatan produk media audio visual berupa video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi. Pembuatan video animasi tersebut menggunakan aplikasi online *powtoon pro+* dan *audacity*. Tahap desain sebelumnya yang telah dilakukan mempermudah pembuatan media video animasi, karena hal-hal yang dibutuhkan telah dipersiapkan sebelumnya. Selanjutnya pembuatan video animasi kepatuhan minum obat hipertensi dibuat sesuai dengan storyboard media yang telah dibuat dengan mengaturnya sedemikian rupa

agar menghasilkan media dengan tampilan yang dapat menarik perhatian sasaran. Setelah selesai membuat produk video animasi, selanjutnya diberi *voice over* yang telah diolah dari *audacity* dan *backsound* instrumen musik video agar menciptakan suasana yang lebih hidup, kemudian akan disimpan kembali dengan format mp4 yang selanjutnya akan diserahkan kepada ahli materi, ahli media dan pasien hipertensi untuk menguji kelayakan media video animasi kepatuhan minum obat hipertensi.

Pengujian Validitas Media Video Kepatuhan Minum Obat Hipertensi

1. Pengujian Validitas Media Video oleh Ahli Materi

Materi dalam media video animasi kepatuhan minum obat hipertensi ini dapat dikatakan valid karena berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil persentase 86 %. Hal ini diartikan bahwa materi tersebut sangat baik untuk digunakan dalam media video animasi mengenai kepatuhan minum obat, hal tersebut sesuai dengan penelitian Maulana (2009) video juga menjadi salah satu media pembelajaran yang bagus, karena panca indera yang banyak menyalurkan pengetahuan ke otak adalah mata (kurang lebih 75% sampai dengan 85% sedangkan 13% sampai dengan 25% pengetahuan manusia diperoleh dan disalurkan melalui pancaindra yang lain.¹⁴

2. Pengujian Validitas Media Audio Visual oleh Ahli Media

Penilaian ahli media dari aspek judul, konten, daya tarik dan tampilan mendapat penilaian 72% yang termasuk kedalam kategori layak. Hal ini diartikan bahwa media tersebut dapat digunakan.

3. Pengujian Validitas Media Video oleh Pasien Hipertensi

Pada proses uji coba skala kecil untuk menilai kelayakan yang telah dilaksanakan oleh 13 pasien hipertensi,

persentase yang diperoleh dari skor total penilaian diperoleh hasil 91%. Penilaian tersebut didapatkan dari beberapa aspek yang dinilai yaitu materi dan media yang digunakan serta termasuk kedalam kategori sangat layak. Hasil tersebut sesuai dengan pernyataan Faris dalam Sadirman (2011)¹⁴ Media animasi adalah suatu media yang dapat mengubah sesuatu, dari sebuah imajinasi, ide, konsep, visual yang dapat memberikan pengaruh (Ponza, Jampel, & Sudarma, 2018).¹⁵ Sehingga media video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi dikatakan sangat layak untuk digunakan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Maka didapatkan simpulkan bahwa video animasi mengenai kepatuhan minum obat hipertensi pada pasien hipertensi dikembangkan melalui 3 tahap pengembangan ADDIE yaitu *analysis*, *design* dan *development* dengan hasil validasi media video layak digunakan..

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih pada seluruh pihak yang telah membantu proses awal hingga akhir penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

1. Kemenkes RI. Hipertensi. Infodatin Pusat Data dan Informasi Kementerian kesehatan RI. 2014; (Hipertensi):1-7
2. Kemenkes RI. Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018. Jakarta: Kementerian Kesehatan
3. Cipta Panggua Y. (2016). Hubungan Pengetahuan dan Sikap dengan Keteraturan Mengontrol Tekanan Darah Di Poliklinik Polres Bitung. Buletin Sariputra Jurnal Ilmu-Ilmu Multidisiplin-Print [Internet]. 2016;6(1). Available from: <http://jurnal.unsrittomohon.ac.id/index.php/jurnalprint/article/view/190>
4. Khomaini A, dkk. (2017). Pengaruh Edukasi Terstruktur dan Kepatuhan Minum Obat Antihipertensi terhadap Penurunan Tekanan

- Darah Pasien Hipertensi, Jurnal Penyakit Dalam Indonesia, Vol.4 No. 1, Maret 2017.
5. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
 6. Putra, Hernadito Medika. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Pada Mata Pelajaran Akuntansi Dasar KD 3.10 dan 4.10 Jurnal Penyesuaian di SMK Negeri 1 Godean Kelas X. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Dharma Yogyakarta.
 7. Jatmika SED, Jatmika SED, Maulana M, KM S, Maulana M. PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN. Yogyakarta: K-Meida. 2019
 8. Sari HV, Suswanto H. Pengembangan media pembelajaran Berbasis Web Untuk mengukur hasil Belajar siswa pada mata pelajaran Komputer Jaringan Dasar program Keahlian teknik komputer dan jaringan. *J Pendidikan Teori Penelitian, Dan Pengemb.* 2017;2(7):1008-1016.
 9. Kapti, RE dkk.(2013). Efektifitas Audiovisual sebagai Media Penyuluhan Kesehatan terhadap Peningkatan Pengetahuan dan Sikap Ibu dalam Tatalaksana Balita dengan Diare di dua Rumah Sakit Kota Malang. *Jurnal Ilmu Keperawatan*. Vol.1.No.1.Mei
 10. Andayani, Sri Astutik dkk.Efektifitas Promosi Kesehatan menggunakan Media Audio Visual terhadap Keaktifan Lansia ke Posyandu Lansia. *Jurnal Keperawatan Profesional*, Volume 7, Nomor 2 Agustus 2019
 11. Sugiarto, 2016. Pengembangan Video Promotif HIV dan AIDS untuk Siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nusantara Plus Ciputat Tahun 2016. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
 12. Oktianti, Dian.dkk. (2019). Pengaruh Pemberian Informasi Obat Dengan Media Video Terhadap Kepatuhan Minum Obat Pasien Hipertensi Di Ungaran. *Indonesian Journal of Pharmacy and Natural Product*. Vol.2.No.2.September
 13. Maulana, H. (2009). Promosi kesehatan. Jakarta: EGC
 14. Arief S. Sadiman, dkk. (2012). Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
 - Putu Jerry Radita Ponza, I Nyoman Jampel, I Komang Sudarma., Pengembangan Media Video Animasi pada Pembelajaran Siswa kelas IV di Sekolah Dasar.