

INTISARI

Iklan alat kesehatan saat ini dapat dengan mudah ditemui pada media cetak, televisi hingga radio. Iklan alat kesehatan sering dijumpai memberikan informasi yang tidak sesuai dan kurang objektif, sehingga dapat menyesatkan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode *CEMA-Community (Critical Evaluation Medicine Advertisement by the Community)*. Metode tersebut digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan partisipan terhadap iklan alat kesehatan yang telah beredar di masyarakat.

Responden pada penelitian ini adalah ibu-ibu PKK Kecamatan Danurejan. Kelompok intervensi dan kelompok kontrol menggunakan 24 responden. Penelitian ini diawali dengan melakukan pretest, kemudian dilanjutkan dengan intervensi yang terdiri dari pemberian informasi dan diskusi kelompok, lalu terakhir dilakukan posttest. Data yang diperoleh pada penelitian ini adalah data pengetahuan dan keterampilan. Data pengetahuan adalah data yang diperoleh dari kuesioner dengan pertanyaan tertutup, sedangkan data keterampilan diperoleh dari lembar kerja yang berisi temuan kesalahan pada iklan alat kesehatan ditemukan oleh responden. Pengetahuan dan keterampilan responden dapat dinilai berdasarkan hasil dari pretes dan posttest. Data dianalisis menggunakan uji *chi square*, uji *Wilcoxon* dan uji *Mann-Whitney*.

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah ibu-ibu PKK Kecamatan Danurejan, yang memiliki rata-rata usia 41-50 tahun, dengan pendidikan terakhir SMA, yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dengan rata-rata penghasilan satu juta sampai lima juta rupiah. Rata-rata nilai pengetahuan dan keterampilan kelompok intervensi mengalami peningkatan. Rata-rata nilai pengetahuan kelompok intervensi meningkat dari 24 menjadi 33, sedangkan nilai keterampilan meningkat dari 6,625 menjadi 19,625. Berdasarkan hasil analisis secara statistik peningkatan pada kelompok intervensi menunjukkan peningkatan yang signifikan (*Wilcoxon*, $p < 0,05$). Rata-rata nilai pengetahuan dan keterampilan kelompok kontrol juga mengalami peningkatan. Nilai rata-rata pengetahuan meningkat dari 25,88 menjadi 27,38, sedangkan rata-rata nilai keterampilan meningkat dari 4,11 menjadi 3,21. Hasil analisis secara statistik menunjukkan bahwa nilai rata-rata pengetahuan dan keterampilan kelompok intervensi memiliki perbedaan yang signifikan terhadap kelompok kontrol (*Mann-Whitney*, $p < 0,05$). Berdasarkan hasil yang diperoleh, *CEMA-Community* efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu PKK Kecamatan Danurejan dalam mengevaluasi iklan alat kesehatan.

Kata kunci : Iklan Alat Kesehatan, Metode CEMA-community, Pengetahuan, Keterampilan.

ABSTRACT

The advertisements of medical devices can now be easily found in print, television and radio. Medical device advertisements are often found to provide inappropriate and not objective information, which may mislead consumers. This research uses CEMA-Community (Critical Evaluation Medicine Advertisement by the Community) method. The method is used to increase the knowledge and skills of participants on the advertising of medical devices that have been circulating in the community.

Respondents in this research are the mothers of PKK Kecamatan Danurejan. The intervention group and the control group used 24 respondents. This research begins with a pretest, then followed by an intervention consisting of giving information and group discussion, then last done posttest. The data obtained in this study are knowledge and skill data. Knowledge data is data obtained from questionnaires with closed questions, while skill data obtained from worksheets containing findings of errors in medical device advertisements was found by respondents. Knowledge and skills of respondents can be assessed based on the results of pretest and posttest. Data were analyzed using *chi square* test, *Wilcoxon* test and *Mann-Whitney* test.

The characteristics of respondents in this study are the mothers of PKK Kecamatan Danurejan, which has an average age of 41-50 years, with the last education of high school, most of whom are housewives with an average income of one million to five million rupiah. The average value of group intervention knowledge and skills has increased. The mean value of intervention group knowledge increased from 24 to 33, while the skill score increased from 6,625 to 19,625. The statistically significant increase in the intervention group showed a significant increase (*Wilcoxon*, $p < 0.05$). The average score of knowledge and skills of the control group also increased. The average value of knowledge increased from 25.88 to 27.38, while the average skill score increased from 4.11 to 3.21. The statistical results showed that the mean scores of intervention group knowledge and skills had significant differences in the control group (*Mann-Whitney*, $p < 0.05$). Based on the results obtained, CEMA-Community is effective to improve knowledge and skills of PKK mothers of Danurejan District in evaluating health equipment advertisement.

Keyword : *Advertisement Medical Device, CEMA-community, Knowledge, Skill.*