

ABSTRAK

Latar belakang: Hipertensi merupakan penyakit kronis yang paling banyak diderita dan menjadi penyebab kematian hampir setengah juta orang setiap tahunnya di dunia. Diperkirakan hanya 1/3 dari pasien hipertensi di Indonesia yang sadar dan dapat mengelola hipertensinya dengan baik.

Program pesan pengingat bagi pasien Hipertensitelah dilakukan di Klinik GMC. Namun belum pernah dilakukan evaluasi pengaruh dari pesan pengingat kontrol yang telah berjalan. Penelitian tentang kepatuhan dan evaluasi tekanan darah pasien hipertensi juga belum pernah dilakukan. Oleh karena itu penting untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan whatsapp sebagai media promosi kesehatan kepada pasien hipertensi di klinik Gajah Mada Medical Center.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh promosi kesehatan yang diberikan melalui media Whatsapp pada penderita Hipertensi di Gajah Mada Medical Center.

Metode: Desain penelitian adalah eksploratory dengan rancangan mixed methods terpancang berupa metode kualitatif dalam metode kuantitatif atau KUAN (kual). Metode kualitatif dengan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi persepsi, tingkat pemahaman dan perubahan perilaku dengan adanya promosi kesehatan melalui Whatsapp serta faktor-faktor yang berperan dalam kepatuhan berobat dan keberhasilan terapi hipertensi. Metode kuantitatif akan melihat pengaruh promosi kesehatan dalam hal kepatuhan berobat dengan skoring menggunakan kuesioner tervalidasi MMAS-8 dan hasil pengukuran tekanan darah pasien.

Evaluasi pengaruh pesan promosi kesehatan kepada skor kepatuhan berobat dan capaian target tekanan darah akan dilakukan analisis hubungan menggunakan Teknik analisis Paired sample T test dimana akan menguji perbandingan nilai antara kelompok yang sama.

Hasil: 83,33% responden wawancara mengalami peningkatan pengetahuan tentang hipertensi. 91,67% responden melakukan perubahan perilaku dan persepsi setelah mendapatkan promosi kesehatan. Terdapat perbaikan pada kepatuhan berobat dan tekanan darah pasien sebanyak 16/5,54 mmHg pada kelompok intervensi pada pengukuran post-implementasi. Perbandingan perbaikan kepatuhan berobat dan tekanan darah antara kelompok kontrol dan intervensi tidak bermakna secara statistik. Namun penurunan tekanan darah $>2\text{mmHg}$ memiliki makna klinis.

Kesimpulan: Terdapat perubahan yang signifikan terhadap persepsi dan peningkatan pemahaman. Terdapat perbaikan kepatuhan berobat dan tekanan darah pada kelompok intervensi secara signifikan dan memiliki makna klinis. Namun tidak berbeda bermakna bila dibandingkan dengan kelompok kontrol.

Kata kunci: hipertensi, promosi kesehatan, kepatuhan berobat, MMAS-8, manajemen hipertensi

ABSTRACT

Background: Hypertension is the most common chronic disease and is the cause of death for nearly half a million people every year in the world. It is estimated that only 1/3 of hypertensive patients in Indonesia are aware and can manage their hypertension well.

A reminder message program for Hypertension patients has been carried out at the Gadjah Mada Medical Center (GMC) Clinic. However, there has never been an evaluation of it. Research on adherence and evaluation of blood pressure in hypertensive patients has also never been done. Therefore, it is important to know the impact of using WhatsApp as a media for health promotion to hypertension patients at the GMC

Objective: This study aims to evaluate the impact of health promotion provided through Whatsapp media on hypertension patients at GMC.

Methods: The research design is exploratory with a mixed methods design that is embedded in the form of qualitative methods in quantitative methods or KUAN (Quality). Qualitative method with in-depth interviews to explore perceptions, levels of understanding and behavior change with health promotion through Whatsapp and the factors that play a role in medication adherence and the success of hypertension therapy. The quantitative method will evaluate the impact of health promotion in terms of medication adherence by scoring using the MMAS-8 validated questionnaire and the results of measuring the patient's blood pressure.

Evaluation of the impact of health promotion messages on medication adherence scores and achievement of blood pressure targets will be analyzed using the Paired sample T test analysis technique which will examine the comparison of values between the same groups.

Results: 83.33% of interview respondents experienced increased knowledge about hypertension. 91.67% of respondents made changes in behavior and perceptions after receiving health promotion. There were improvements in medication adherence and respondents blood pressure of 16/5.54 mmHg in the intervention group on post-implementation measurements. Comparison of improvement in medication adherence and blood pressure between the control and intervention groups was not statistically significant. However, a decrease in blood pressure >2mmHg has clinical significance.

Conclusion: There is a significant change in perception and increased understanding. There were significant improvements in medication adherence and blood pressure in the intervention group and had clinical significance. However, it was not significantly different when compared to the control group.

Keywords: hypertension, health promotion, medication adherence, MMAS-8, hypertension management