

## BAB 5

### PEMBAHASAN

#### 5.1 Tingkat partisipasi ibu dan anak pada Posyandu sebelum di beri intervensi kegiatan *Event Promo*

Hasil penelitian *pre-test* di Posyandu RT 10 RW V Kel Mojo Kec Gubeng Surabaya di dapatkan bahwa tingkat partisipasi ibu dan anak datang ke posyandu masih tergolong rendah, tercatat daftar hadir pada dua bulan terakhir sebelum di lakukan penelitian sebanyak 32 dan 30 orang pada bulan februari 2015 atau setara 51,61% dan 48,38% dari total yang terdaftar sebanyak 62 orang serta 31 dan 33 orang pada bulan maret 2015 atau setara 50,0% dan 53,22% dari total yang terdaftar sebanyak 62 orang. Hal ini mengarah pada teori lawreen Green dalam (Notoatmodjo, 2003) yang mengatakan perilaku manusia berangkat dari tingkat kesehatan. Bahwa kesehatan seseorang dipengaruhi oleh 2 faktor pokok, yaitu faktor perilaku (*Behavior Causes*) dan faktor diluar perilaku (*Non Behavior Causes*). Salah satunya adalah Faktor perilaku yang ditentukan atau dibentuk oleh faktor pendukung (*enabling faktor*) di mana perilaku seseorang atau masyarakat untuk menggapai derajat kesehatan di pengaruhi oleh lingkungan fisik yang memadahi seperti tersedia atau tidak tersedianya fasilitas-fasilitas atau sarana-sarana kesehatan, misalnya puskesmas, obat-obatan, alat-alat steril dan sebagainya.

Tidak hanya berhenti di situ, faktor pendukung apa bila di kaitkan dengan teori Skinner maka akan kita dapatkan bahwasannya faktor pendukung sebagai faktor yang menstimulasi perilaku seseorang. Skinner (1938) seorang ahli psikologi merumuskan bahwa perilaku merupakan respons atau reaksi seseorang

terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Dengan demikian perilaku manusia terjadi melalui proses Stimulus > Organisme > Respons. Salah satunya yaitu *Respondent respons reflexive*, yakni respon yang di timbulkan oleh rangsangan-rangsangan (stimulus) tertentu yang di sebut eli-citing stimulus, karena menimbulkan respons respon yang relative tetap. Misalnya ada kegiatan dimana kegiatan tersebut membagikan hadiah secara gratis dan Cuma – Cuma, maka akan banyak orang yang tertarik untuk mengikuti kegiatan tersebut. Suatu produsen susu balita mengadakan pemeriksaan gratis bagi ibu dan anak sehingga menarik ibu dan anak berbondong – bondong melakukan pemeriksaan secara gratis dan sebagainya. Responden respon juga mencakup perilaku emosional.

Dilihat dari status pendidikan responden tergolong cukup baik, di karenakan responden terbanyak adalah dengan pendidikan SMA. Seharusnya dengan pendidikan yang semakin tinggi seseorang lebih sadar akan kesehatan ataupun informasi akan kesehatan. Menurut kuncoro ningrat (1997) dalam nursalam dan siti pariani (2001) mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang makin mudah menerima informasi, sehingga semakin banyak pula pengetahuan yang di miliki. Dari teori tersebut kita bisa mengetahui bahwasannya seharusnya dengan semakin tinggi pendidikan responden maka harus semakin tinggi kesadaran yang dimilikinya.

## **5.2 Tingkat partisipasi ibu dan anak pada Posyandu setelah di beri intervensi kegiatan *Event Promo***

Hasil yang di dapatkan setelah di lakukan intervensi pemberian Event Promo yang dilakukan selama tiga kali kegiatan posyandu menunjukkan bahwa adanya peningkatan partisipasi ibu dan anak datang ke posyandu. yang di

tunjukkan dengan menghadiri kegiatan posyandu, dimana pada kegiatan posyandu pertama sebanyak 35 orang (56,45%), posyandu ke dua sebanyak 39 orang (62,90%), pada posyandu ke tiga sebanyak 44 orang (70,96%) dan pada posyandu ke empat sebanyak 45 orang (72,58%). Angka ini mengalami peningkatan dari sebelumnya yang menunjukkan bahwa daftar hadir pada dua bulan terakhir sebelum di lakukan penelitian sebanyak 32 dan 30 orang pada bulan februari 2015 atau setara 51,61% dan 48,38% dari total yang terdaftar serta 31 dan 33 orang pada bulan maret 2015 atau setara 50,0% dan 53,22% dari total yang terdaftar.

Hal ini sesuai dengan teori teori lawreen Green dalam (Notoatmodjo, 2003) yang mengatakan perilaku manusia berangkat dari tingkat kesehatan. Bahwa kesehatan seseorang dipengaruhi oleh 2 faktor pokok, yaitu faktor perilaku (*Behavior Causes*) dan faktor diluar perilaku (*Non Behavior Causes*). Salah satunya adalah Faktor perilaku yang ditentukan atau dibentuk oleh faktor pendukung (*enabling faktor*) di mana perilaku seseorang atau masyarakat untuk menggapai derajat kesehatan di pengaruhi oleh lingkungan fisik yang memadahi seperti tersedia atau tidak tersedianya fasilitas-fasilitas atau sarana-sarana kesehatan, misalnya puskesmas, obat-obatan, alat-alat steril dan sebagainya. Dan teori ini di perkuat oleh teori skinner, dimana dalam teori skinner di dapatkan bahwasannya faktor pendukung sebagai faktor yang menstimulasi perilaku seseorang.

Salah satu tujuan dilakukan intervensi kegiatan event promo adalah untuk menarik minat ibu dan anak, untuk datang dan berpartisipasi dalam kegiatan posyandu di RT 10 RW V kel. Mojo Kec. Gubeng Kota surabaya. Sehingga tingkat kehadiran dan partisipasi dapat meningkat. Hal ini tentu akan

meningkatkan kualitas kesehatan ibu dan anak, dimana dengan datang ke posyandu ibu dan anak akan selalu di pantau kesehatan dan perkembangannya.

### **5.3 Pengaruh Pemberian intervensi kegiatan event promo terhadap tingkat partisipasi ibu dan anak untuk datang ke posyandu.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah 3 kali diberikan intervensi kegiatan event promo yang di lakukan pada kegiatan posyandu ke satu, kedua dan ketiga pada bulan april-mei. di dapatkan hasil bahwasannya tingkat kehadiran ibu dan anak datang ke posyandu mengalami peningkatan.

Hal ini diperkuat dengan hasil uji statistik *Wilcoxon Sign Rank Test* dengan nilai  $p=0,02$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti ada pengaruh pemberian intervensi event promo terhadap tingkat partisipasi ibu dan anak datang ke posyandu RT 10 RW V kel. Mojo Kec. Gubeng Kota surabaya.

Kegiatan event promo memberikan dampak yang positif bagi kegiatan posyandu. Menurut Sirodjuddin (2008), event adalah suatu tindakan yang menyebabkan terjadinya tindakan atau kejadian lain. Dan Promosi adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi persepsi konsumen. Dengan Tujuan menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen tentang perusahaan dan produknya (Cravens, 1995).

Dari beberapa fungsi dari kegiatan event promo menurut Terence A. Shimp (2000:7) adalah informing, persuading dan reminding. Informing atau memberikan informasi. Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek

yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.

Persuading atau lebih di sebut membujuk. Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang, persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Promosi lebih serius berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.

Reminding atau mengingatkan Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk memengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli produk yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

Dari ke tiga fungsi ini terbukti dapat menarik ibu dan anak untuk datang ke posyandu. Dengan teknik ini ibu akan lebih tertarik untuk datang ke posyandu, terlebih adanya stimulasi berupa pemberian produk secara gratis.

Dari hasil analisa setelah dilakukan perlakuan intervensi pemberian event promo di dapatkan data peningkatan kehadiran dan partisipasi ibu dan anak untuk datang ke posyandu.