



Edukasi Pernikahan Dini melalui Instagram dan TikTok terhadap Peningkatan Pengetahuan dan Sikap Remaja Putri

Tri Riski Nur Khayuni^{1✉}, Djudju Sriwenda¹, Sri Wisnu Wardani¹, Tri Hapsari Retno Agustiyowati²

¹Jurusan Kebidanan Bandung, Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Bandung, Indonesia

¹Jurusan Keperawatan Bandung, Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Bandung, Indonesia

Article Info

Article History:

Submitted 2023-08-11

Revised 2024-01-27

Accepted 2024-02-09

Keywords:

instagram, tiktok, education, early marriage

DOI:

<https://doi.org/10.15294/higeia/v8i3/72974>

Abstrak

Angka pernikahan dini di Indonesia pada tahun 2018 adalah 1.220.900. Edukasi pernikahan dini melalui Instagram ataupun TikTok dianggap menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap remaja sehingga mencegah pernikahan dini. Tujuan penelitian untuk mengetahui efektivitas edukasi pernikahan dini melalui Instagram dan TikTok terhadap pengetahuan dan sikap. Metode penelitian ini adalah Quasi Eksperimen dengan two group pretest-posttest design. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2023. Jumlah sampel adalah 60 responden. Hasil menunjukkan terdapat peningkatan pengetahuan pada kelompok instagram (14%) maupun tiktok (16%), serta terdapat peningkatan sikap pada kelompok instagram (4%) dan TikTok (3%). Ada pengaruh edukasi pernikahan dini melalui instagram dan tiktok terhadap pengetahuan dan sikap yang ditandai dengan p value<0,05. Edukasi menggunakan TikTok lebih efektif dibandingkan menggunakan instagram dalam meningkatkan pengetahuan, sedangkan dalam meningkatkan sikap tidak ada perbedaan efektivitas antara menggunakan instagram maupun tiktok. Simpulan, edukasi melalui instagram dan tiktok efektif meningkatkan pengetahuan dan sikap remaja tentang pernikahan dini.

Abstract

In 2018, the number of early marriages in Indonesia is 1,220,900. Early marriage education through Instagram or TikTok is considered an effective strategy to increase the knowledge and attitudes of adolescents, so can prevent early marriage. The research objective was to determine the effectiveness of early marriage education through Instagram and TikTok on knowledge and attitudes. This research used a Quasi Experiment with a two group pretest-posttest design. This research was conducted in March-April 2023 with 60 sampels. The results showed that there was an increase in knowledge of Instagram group(14%) and TikTok(16%), and there was an increase in attitude of Instagram group(4%) and TikTok(3%). There was an influence of early marriage education through Instagram and Tiktok on knowledge and attitudes as indicated by p value<0.05. Education using TikTok is more effective than using Instagram in increasing knowledge, whereas in increasing attitudes there is no difference in effectiveness between using Instagram and TikTok. Conclusion, education through Instagram and Tiktok is effective in increasing youth's knowledge and attitudes about early marriage.

© 2024 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:
Jl. Makmur No.23, Pasteur,
Kec. Sukajadi, Kota Bandung, 40161
E-mail: tririskinurk@gmail.com

PENDAHULUAN

Pernikahan dini adalah pernikahan yang dilakukan sebelum calon pengantin menginjak usia minimal yang telah ditetapkan dalam undang-undang perkawinan (UU RI No. 16 Tahun 2019), yaitu 19 tahun (BKKBN, 2019). Pernikahan dini menjadi masalah yang perlu perhatian khusus karena dapat berdampak buruk pada fisik, sosial, dan psikologis. Angka kejadian pernikahan dini di Indonesia masih tinggi. Menurut Unicef pada tahun 2018, sekitar 1 dari 9 anak perempuan berusia 20-24 tahun di Indonesia melangsungkan perkawinan pertama sebelum usia 18 tahun, dengan angka absolut mencapai sekitar 1.220.900 dan angka ini menjadikan Indonesia masuk ke dalam 10 negara dengan angka absolut pernikahan dini tertinggi di dunia (Unicef, 2020). Pada tahun 2017, jumlah pernikahan dini di Jawa Barat mencapai 20.022 perkawinan (DP3AKB, 2017), sedangkan Kota Bandung telah menyumbangkan sebanyak 1.328 perkawinan (406 orang pria dan 922 orang wanita) dan menempati urutan keempat sebagai daerah dengan jumlah pernikahan dini tertinggi di Jawa Barat (DP3AKB, 2017). Data-data angka pernikahan dini tersebut semakin menegaskan bahwa kejadian pernikahan dini di Indonesia masih tinggi dan menjadi salah satu permasalahan yang perlu diselesaikan.

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal pembelajaran, sedangkan sikap adalah pernyataan evaluative yang merupakan reaksi, respon, dan cerminan perasaan seseorang terhadap suatu hal (stimulus), baik objek, orang, ataupun peristiwa (Budiman & Riyanto, 2013). Pengetahuan akan menjadi dasar dalam terbentuknya sikap dan perilaku seseorang. Semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang maka akan semakin tinggi pula kemampuan orang tersebut dalam melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek sehingga akan terbentuk sikap tertentu. Penilaian dan sikap inilah yang akan menjadi landasan seseorang untuk bertindak (Oktavia, Agustin, Magai, Widyawati, & Cahyati, 2018).

Rendahnya pengetahuan dan sikap remaja putri terhadap pernikahan dini dapat menjadi faktor penyebab terjadinya pernikahan dini. Seseorang yang memiliki pengetahuan yang baik mengenai pernikahan dini akan cenderung untuk bersikap tidak mendukung pernikahan dini dan tidak melakukan pernikahan dini (Afrianto, 2014). Penelitian Prasetya (2019) menemukan bahwa responden yang memiliki pengetahuan kurang akan beresiko 4 kali memiliki sikap setuju terhadap pernikahan dini (Agustin, Susanti, & Gumilar, 2021). Penelitian Salamah (2016) mendapatkan bahwa perempuan dengan pengetahuan kurang mengenai pernikahan dini berisiko 12,66 kali melakukan pernikahan dini dibandingkan dengan perempuan yang memiliki pengetahuan baik. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah strategi untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap para remaja mengenai pernikahan dini agar dapat menurunkan angka pernikahan dini, misalnya dengan edukasi melalui media sosial Instagram dan TikTok.

Meluasnya media sosial menjadi potensi besar untuk melakukan edukasi kesehatan karena lebih mudah untuk menyentuh sasaran. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta pengguna pada tahun 2022 dan didominasi oleh remaja (We Are Social, 2022). Hingga September 2022, jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia telah mencapai 101,3 juta pengguna (NapoleonCat, 2022). Jumlah pengguna aktif TikTok per Juli 2022 adalah 106.9 juta pengguna (Kemp, 2022). Instagram adalah aplikasi media sosial untuk mengambil dan berbagi foto maupun video, dan juga dapat menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk ke Instagram itu sendiri. Instagram memungkinkan penggunaannya untuk dapat melihat, mengomentari, dan menyukai kiriman yang dibagikan oleh teman mereka di Instagram (Instagram Help Center, 2023). TikTok adalah media tempat berbagi video pendek di smartphone. Dengan TikTok, pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video

pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Instagram dan TikTok merupakan media sosial yang sering digunakan untuk berbagi informasi dan edukasi.

Berbagai penelitian menemukan bahwa pemberian edukasi melalui media sosial Instagram maupun TikTok dapat mempengaruhi pengetahuan dan sikap. Penelitian Rinarto, dkk. (2022), menemukan bahwa terdapat pengaruh secara bermakna edukasi gizi seimbang melalui instagram terhadap pengetahuan (p value=0,002) dengan kenaikan nilai rata-rata sebesar 6,55 (Rinarto et al., 2022). Pamilasari juga menemukan perbedaan yang bermakna rata-rata pengetahuan sebelum dan sesudah diberikan edukasi menggunakan TikTok (p value=0,000) dengan nilai peningkatan 4,28 (Pamilasari, Desi, & Purba, 2022). Dewi (2021) menemukan bahwa terdapat pengaruh secara bermakna edukasi Gizi menggunakan Instagram terhadap sikap remaja (p value=0,001) dengan nilai peningkatan 8,96 (Wicaksono & Adriana, 2023). Wicaksono menemukan terdapat pengaruh secara bermakna edukasi menstruasi menggunakan Tiktok terhadap sikap remaja (p value=0,001), dengan peningkatan 9 (Wicaksono & Adriana, 2023).

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial Instagram dan TikTok dianggap efektif untuk memberikan edukasi dan informasi kepada para remaja, namun belum diketahui apakah dapat efektif juga jika digunakan untuk memberikan edukasi tentang pernikahan dini. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena peneliti menggunakan 2 media sosial, yaitu instagram dan TikTok. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas edukasi pernikahan dini melalui media sosial instagram dan tiktok terhadap pengetahuan dan sikap remaja putri mengenai pernikahan dini.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian Analitik Kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah Quasi Eksperimen dengan desain two

group pretest-posttest design. Di dalam desain ini, peneliti membagi sampel kedalam 2 kelompok, yaitu kelompok Instagram dan kelompok TikTok. Pengambilan data dilakukan di bulan Februari – Mei 2023 pada siswi SMP Negeri 24 Bandung. Variabel independent (variable bebas) penelitian ini adalah pemberian edukasi pernikahan dini melalui instagram dan pemberian edukasi pernikahan dini melalui TikTok. Sedangkan variable dependent-nya (variable terikat) yaitu pengetahuan dan sikap remaja terhadap pernikahan dini.

Populasi penelitian ini adalah siswa putri kelas VII A-I dan VIII A-I SMP Negeri 24 Bandung dengan sampel sebanyak 30 siswi untuk masing masing kelompok. Kriteria inklusi penelitian ini adalah: 1) Siswa putri kelas VII dan VIII di SMPN 24 Bandung; 2) Bersedia menjadi responden dan mau mengikuti rangkaian penelitian sampai selesai; 3) Memiliki handphone yang bisa mengakses internet; 4) Pengguna aktif media sosial instagram dan TikTok. Teknik pengambilan sampel dengan cara cluster random sampling. Pertama, dilakukan random untuk menentukan apakah kelas VII atau kelas VIII yang menjadi kelompok instagram dan tiktok, dan didapatkan bahwa kelas VII menjadi kelompok instagram dan kelas VIII menjadi kelompok TikTok. Kedua, identifikasi menggunakan kuesioner untuk menemukan siswi yang memenuhi kriteria inklusi. Ketiga, siswi yang memenuhi kriteria dikumpulkan per kelas dan dilakukan randomisasi menggunakan komputer kelas mana yang akan diambil menjadi sampel. Dari hasil pengocokan didapatkan bahwa yang termasuk kelompok instagram adalah kelas 7 C, D, E, F, G, H, dan I, sedangkan yang termasuk kelompok tiktok adalah kelas 8 B, C, D, E, F, dan H.

Setelah itu, responden diberikan informed consent dan dimasukkan ke dalam grup WhatsApp sesuai pembagian kelompok. Kemudian responden diminta mengisi googleform kuesioner pre-test untuk menilai skor pengetahuan dan sikap responden terhadap pernikahan dini, dilanjutkan pemberian edukasi melalui instagram (untuk kelompok Instagram)

dan TikTok (untuk kelompok TikTok), dan diakhiri dengan mengisi googleform kuesioner post-test untuk mengevaluasi pemahaman responden terhadap materi yang sudah dibagikan di masing-masing media sosial.

Intervensi yang dilakukan yaitu berupa pemberian edukasi pernikahan dini yang diberikan 2 hari sekali selama 2 minggu di akun instagram @pusatedukasi_remaja dan tiktok @pusatedukasi_remaja. Akun tersebut di-private sehingga hanya responden yang menjadi pengikut dan dapat melihat setiap postingan yang dibagikan. Postingan di-upload setiap pukul 16.00 WIB dan absensi responden dilihat berdasarkan jumlah like dari postingan tersebut. Intervensi dilakukan dari tanggal 4-16 April 2023. Media yang digunakan adalah postingan instagram dan tiktok yang masing-masing berjumlah 7 postingan dengan topik definisi, angka kejadian, faktor penyebab, dampak, dan upaya pencegahan pernikahan dini. Media instagram memuat 6 postingan gambar dan 1 postingan video, sedangkan media tiktok memuat 7 postingan video. Dalam pelaksanaannya, peneliti memanfaatkan semaksimal mungkin semua fitur yang ada di instagram dan tiktok, seperti pengisian caption dan interaksi dengan responden di kolom komentar, serta fitur story pada Instagram.

Analisis data menggunakan aplikasi SPSS. Uji statistik yang digunakan adalah uji t-test dependen untuk menganalisis pengaruh edukasi melalui instagram dan tiktok terhadap pengetahuan, sementara uji wilcoxon untuk menganalisis pengaruh edukasi terhadap sikap. Uji t-test independen untuk menguji perbedaan pengaruh edukasi terhadap pengetahuan, dan uji mann whitney untuk menguji perbedaan pengaruh edukasi melalui terhadap sikap. Nilai kemaknaan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden kelompok instagram mayoritas berumur 13 tahun (80%), semua responden menggunakan handphone milik sendiri untuk mengakses media sosial (100%), 12 orang menghabiskan waktu 4 s/d 6 jam

untuk membuka media sosial dalam satu hari (40%). Sedangkan untuk kelompok tiktok, responden terbanyak berusia 14 tahun (80%), semua responden menggunakan handphone milik sendiri untuk mengakses media sosial (100%), paling banyak menghabiskan waktu 4 s/d 6 jam dalam satu hari untuk membuka media sosial (33.3%).

Responden kelompok instagram yaitu kelas VII dengan mayoritas berusia 13 tahun (80%), sedangkan kelompok tiktok yaitu kelas VIII dengan mayoritas berusia 14 tahun (80%). Artinya, responden dari kelompok instagram maupun tiktok sedang dalam fase remaja awal. Pada fase remaja awal terjadi perubahan-perubahan fisik, sosial, dan psikologis. Pada fase ini terjadi pengembangan pikiran-pikiran baru, mengalami peningkatan minat intelektual, dan memiliki pemikiran yang konkrit. Remaja di fase ini mulai tertarik dengan hal-hal dan informasi baru dan menstimulasi mereka untuk mencari tahu sesuatu hal dari berbagai sumber (Steinberg, 2011).

Sebagian besar kelompok Instagram (40%) maupun TikTok (33,3%) memiliki durasi penggunaan media sosial 4-6 jam dalam satu hari, yaitu kategori sedang. Durasi berselancar di media sosial yang tergolong sedang ini memungkinkan para responden untuk mendapat banyak informasi dari media sosial tersebut (Hepilita & Gantas, 2018). Seseorang di usia remaja awal memiliki karakteristik keingintahuan tinggi dan memiliki ego untuk mencari kesempatan berkumpul dengan orang lain untuk mendapatkan pengalaman-pengalaman baru, sehingga sangat memungkinkan remaja tahan berlama-lama menggunakan media sosial. Mereka terdorong untuk saling bersosialisasi dan menjalin hubungan pertemanan dengan orang lain melalui media sosial. Selain itu, remaja pada umur tersebut sering dihadapkan dengan tugas-tugas sekolah, dan untuk mempermudah dalam tugas tersebut banyak remaja yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana penunjang intelektual untuk mendapatkan banyak informasi (Syamsuedin, Bidjuni, & Wowiling, 2015).

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Karakteristik responden	Kelompok Intervensi			
	Edukasi melalui Instagram (n= 30)		Edukasi melalui TikTok (n= 30)	
	F	%	F	%
Umur				
13 tahun	24	80	5	16.7
14 tahun	6	20	24	80
15 tahun	0	0	1	3.3
Media sosial yang paling sering digunakan				
Instagram	30	100	0	0
TikTok	0	0	30	100
Sarana yang paling sering digunakan untuk mengakses media sosial				
Handphone milik sendiri	30	100	30	100
Waktu yang dihabiskan untuk membuka media sosial dalam satu hari				
<3 jam	7	23.3	4	13.3
Berkisar 3 jam	7	23.3	4	13.3
4 s/d 6 jam	12	40	10	33.3
7 s/d 12 jam	2	6.7	9	30
13 s/d 16 jam	2	6.7	3	10
Pernah Mendapat Edukasi Pernikahan Dini di TikTok atau Instagram				
Pernah di TikTok	5	16.7	15	50
Pernah di Instagram	5	16.7	0	0
Pernah di TikTok dan Instagram	8	26.7	7	23.3
Belum pernah sama sekali	12	40	8	26.7
Pernah Mendapat Edukasi Pernikahan Dini di Media Sosial Lain (Youtube, Twitter, atau Facebook)				
Pernah	13	43.3	10	33.3
Belum	17	56.7	20	66.7
Pernah Mendapat Edukasi Pernikahan Dini dari Puskesmas				
Pernah	2	6.7	0	0
Belum	28	93.3	30	100

(Sebanyak 8 responden kelompok instagram sudah pernah mendapat edukasi pernikahan dini dari instagram dan tiktok (26.7%), 5 responden pernah dari TikTok (16.7%), 5 orang pernah dari instagram (16.7%), 12 orang belum pernah sama sekali (40%), 13 orang pernah dari media sosial lain (Youtube, Twitter, Facebook) (43.3%), dan sebanyak 28 orang belum pernah mendapatkan edukasi pernikahan dini dari puskesmas (98%). Pada kelompok tiktok, sebanyak 15 orang sudah pernah mendapat edukasi pernikahan dini melalui tiktok (50%), 7 orang dari instagram dan tiktok (23.3%), 8 orang lainnya belum pernah sama sekali (26.7%), 20 orang belum pernah mendapat edukasi pernikahan dini dari media sosial lain (Youtube, Twitter, atau Facebook) (66.7%), dan 30 orang belum pernah mendapat

edukasi pernikahan dini dari Puskesmas (100%). Hal ini menunjukkan bahwa remaja lebih banyak mendapatkan edukasi pernikahan dini dari media sosial dibandingkan dari tenaga kesehatan atau pihak puskesmas secara langsung. Artinya, perkembangan teknologi yang terjadi pada masa saat ini banyak dimanfaatkan untuk berbagi dan menerima informasi dan edukasi karena lebih mudah diakses dan mudah menjangkau sasaran.

Berdasarkan tabel 2 rata-rata skor pengetahuan sebelum dan setelah diberikan intervensi melalui instagram adalah 62,11 dan 70,88. Sedangkan rata-rata pengetahuan sebelum dan sesudah diberikan intervensi melalui tiktok adalah 55,96 dan 64,91. Rata-rata skor sikap sebelum dan setelah diberikan intervensi melalui instagram adalah 89,14 dan

Tabel 2. Rata-Rata Pengetahuan dan Sikap

Nilai statistik	Skor Pengetahuan				Skor Sikap			
	Kelompok Instagram n= 30		Kelompok TikTok n= 30		Kelompok Instagram n= 30		Kelompok TikTok n= 30	
	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>
<i>Minimum</i>	32	47	26	47	70	81	67	72
<i>Maksimum</i>	84	89	84	89	99	100	100	100
<i>Mean</i>	62.11	70.88	55.96	64.91	89.14	93.13	89.49	91.82
<i>SD</i>	13.500	10.226	14.462	12.311	7.566	5.149	8.983	7.441

93,13. Sedangkan rata-rata sikap sebelum dan sesudah diberikan intervensi melalui tiktok adalah 89,49 dan 91,82.

Tampilan informasi yang disampaikan di instagram terlihat singkat dan jelas sehingga dapat mempengaruhi penontonnya untuk lebih memahami pesan yang disampaikan (Rinarito et al., 2022). Informasi yang disampaikan di media sosial instagram biasanya ditunjukkan melalui foto atau video. Foto memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan kata-kata, antara lain sifatnya lebih konkret, menunjukkan pokok masalah yang lebih realistis, gambar dapat mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, dan dapat memperjelas topik yang dibahas (Dewi & Nihayani, 2021).

Penggunaan media video atau audio visual dalam pemberian edukasi saat ini sering digunakan karena efektif dalam proses pembelajaran dan penyampaian pesan. Hal tersebut sesuai dengan karakter dan fitur yang ditawarkan aplikasi tiktok. Edukasi dengan video pendek tiktok dapat meningkatkan motivasi remaja untuk menyimak, menerima pesan, dan mengingatnya dengan lebih baik karena media video menawarkan edukasi yang lebih menarik, tidak membosankan, dan tidak monoton dengan menampilkan gerak, gambar dan suara sehingga diharapkan penontonnya mampu menyerap informasi dan mengimplementasikan isi pesannya dalam perilaku mereka (Pamilasari et al., 2022).

Berdasarkan pembagian kategori tingkat pengetahuan dan sikap menurut Arikunto (2006) yang dikutip dari Budiman (2013), dapat dikatakan bahwa rerata pretest pengetahuan dan sikap kedua kelompok berada pada kategori baik. Hal ini berkaitan dengan usia responden, durasi penggunaan media sosial, dan

keterpaparan responden terhadap informasi mengenai pernikahan dini yang didapat sebelumnya dari berbagai media sosial baik instagram, tiktok, media sosial lain, ataupun dari pihak puskesmas.

Usia remaja merupakan fase yang penuh keingintahuan, tertarik terhadap hal-hal, informasi, dan pengalaman baru sehingga mereka betah berlama-lama di media sosial (Steinberg, 2011). Mayoritas durasi penggunaan media sosial responden yang mencapai 4-6 jam per hari diikuti dengan pesatnya penyebaran berbagai informasi di media sosial memungkinkan remaja untuk terpapar dengan informasi-informasi mengenai pernikahan dini sehingga saat dilakukan pretest dalam penelitian ini responden sudah memiliki informasi mengenai pernikahan dini dan memiliki kategori pengetahuan dan sikap yang baik.

Hasil penelitian menunjukkan angka perubahan rata-rata pengetahuan dan sikap responden, namun peningkatan pengetahuan yang terjadi tidak terlalu besar, yaitu 8.77 (14%) untuk kelompok instagram dan 8.95 (16%) untuk kelompok TikTok, serta peningkatan sikap yaitu 3.99 (4%) untuk kelompok Instagram dan 2.33 (3%) untuk kelompok TikTok. Hal ini disebabkan karena responden sudah terpapar dengan informasi pernikahan dini sebelumnya sehingga informasi yang didapatkan hampir sama dengan informasi yang sudah didapat sebelumnya.

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi proses edukasi kesehatan dan proses pembelajaran, yaitu subjek belajar, guru (pendidik dan fasilitator), metode, teknik pembelajaran, alat bantu belajar, serta materi atau bahan yang dipelajari (Siregar, 2020). Pengemasan dan isi konten yang dibagikan

untuk edukasi dapat memengaruhi keberhasilan edukasi tersebut. Pengemasan dan materi yang menarik lebih disukai oleh remaja (Siregar, 2020).

Edukasi kesehatan yang dilakukan di media sosial instagram dan tiktok dapat dikemas dengan berbagai cara agar dapat menarik perhatian para remaja. Menurut Taba (2023), edukasi kesehatan melalui instagram biasanya dikemas dalam bentuk gambar diam atau gambar bergerak. Pengemasan dalam bentuk gambar diam yaitu seperti gambar ilustrasi, foto, infografis, atau grafik, sedangkan gambar bergerak seperti GIFs atau video. Taba (2023) juga menjelaskan bahwa konten edukasi kesehatan melalui TikTok biasanya dalam bentuk video pendek maupun panjang dengan menggunakan fitur filter dan transisi TikTok. Beberapa konten edukasi di TikTok juga biasanya melakukan video tanya jawab yang melibatkan audiens secara langsung (Taba et al., 2023).

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pemberian edukasi melalui media sosial yaitu jenis postingan (gambar, video, GIFs, atau tulisan saja), format gambar (ilustrasi, foto, infografis, atau grafik), issue atau materi yang diangkat, teknik komunikasi (hanya menyampaikan info faktual, ajakan untuk melakukan tindakan, Positive emotional appeal, atau yang lainnya), social marketing elements (testimoni atau menggunakan cerita personal dari seseorang, diikuti humor, disampaikan oleh selebriti atau tokoh penting dalam isu tersebut, emoji, atau meme), dan memerhatikan kelompok prioritas sasaran (Taba et al., 2023). Sedangkan menurut Winzer (2022), edukasi yang dilakukan oleh influencer biasanya dibagikan dengan cara mengalir sangat alami, tidak mencolok, dan dengan menonjolkan ciri khas influencer itu tersendiri.

Meskipun dalam penelitian ini kenaikan rerata pengetahuan dan sikap sebelum dan setelah intervensi tidak terlalu tinggi, namun berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata skor pengetahuan dan sikap sebelum dan sesudah mendapat intervensi baik dengan instagram

maupun dengan tiktok. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rusdi (2021) bahwa pemberian edukasi melalui instagram dapat mempengaruhi pengetahuan dan sikap remaja putri tentang gizi seimbang dengan peningkatan rata-rata pengetahuan 2,27 poin dan peningkatan rata-rata sikap sebesar 0,4 poin (Rusdi, Rahmy, & Helmizar, 2021). Hasil serupa didapatkan Pamilasari (2022), bahwa terdapat peningkatan pengetahuan gizi seimbang sebelum dan sesudah edukasi gizi melalui TikTok pada remaja putri, dengan kenaikan 3,94 poin. Serta penelitian Wicaksono (2023) yang mendapatkan ada perbedaan nilai rata-rata sikap sebelum dan sesudah diberikan intervensi melalui media TikTok yaitu sebesar 9 poin (Wicaksono & Adriana, 2023).

Pemberian informasi pada instagram dan TikTok dapat memberikan perubahan nilai pengetahuan dan sikap karena disertai dengan gambar dan video yang dapat mendukung penyampaian informasi. Instagram dan TikTok juga memiliki fitur komentar untuk saling berinteraksi dan bertukar pendapat (Rusdi et al., 2021). Penyebaran informasi di instagram dan tiktok sangat mudah dan cepat, serta konten yang singkat dan jelas, didukung dengan beberapa fitur bawaan, dan kemudahan akses sehingga memungkinkan remaja untuk mudah mendapatkan informasi dan dapat meningkatkan pengetahuan serta mengembangkan sikap mereka akan suatu hal (Dewi & Nihayani, 2021; Pamilasari et al., 2022).

Uji statistik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh edukasi pernikahan dini terhadap pengetahuan adalah uji T Dependent karena data berdistribusi normal berdasarkan uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk, sedangkan untuk menganalisis pengaruh edukasi pernikahan dini terhadap sikap remaja mengenai pernikahan dini adalah uji Wilcoxon karena data tidak berdistribusi normal berdasarkan uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk.

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa edukasi pernikahan dini dengan media sosial instagram maupun tiktok terhadap pengetahuan

Tabel 3. Pengaruh Edukasi Pernikahan Dini Melalui Media Sosial Instagram Dan Tiktok Terhadap Pengetahuan dan Sikap

Intervensi	N	Pengetahuan				Sikap			
		Mean		Beda Mean	p value	Mean		Beda Mean	p value
		Sebelum	Sesudah			Sebelum	Sesudah		
Instagram	30	62.11	70.88	8.77	0.001*	89.14	93.13	3.99	0.001**
TikTok	30	55.96	64.91	8.95	0.000*	89.49	91.82	2.33	0.028**

* Uji T Berpasangan karena data berdistribusi normal

** Uji Wilcoxon karena data tidak terdistribusi normal

* $\alpha = 0,05$

dan sikap pada remaja putri di SMP Negeri 24 Bandung memiliki pengaruh yang bermakna yang dapat dilihat dari nilai $p \text{ value} \leq 0.05$.

Media sosial Instagram dan TikTok menjadi media elektronik yang sering digunakan untuk memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat, terutama remaja karena masa remaja merupakan masa yang penuh keingintahuan. Adanya media sosial Instagram dan TikTok saat ini sangat menunjang remaja untuk memenuhi keingintahuannya dan kebutuhannya untuk bersosialisasi. Pengguna aktif Instagram saat ini mencapai 101,3 juta, sedangkan pengguna aktif TikTok mencapai 106,7 juta pengguna dan didominasi oleh remaja (NapoleonCat, 2022). Data pengguna ini menunjukkan bahwa edukasi melalui media sosial instagram dan TikTok memiliki jangkauan yang luas, terutama pada remaja sehingga dapat efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap mereka.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk yang mendapatkan bahwa instagram efektif dalam meningkatkan pengetahuan SADARI sebagai pencegahan dini kanker payudara remaja (nilai $p \text{ value} 0.0001$) (Dewi & Nihayani, 2021). Penelitian Pamilasari menunjukkan terdapat pengaruh secara bermakna penyuluhan Gizi menggunakan media aplikasi TikTok terhadap pengetahuan remaja dengan nilai $p \text{ value}=0,000$ (Pamilasari et al., 2022). Penelitian Dewi juga mendukung hasil penelitian ini. Penelitian Dewi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bermakna edukasi Gizi menggunakan Instagram terhadap sikap remaja

($p \text{ value}=0,001$) (Dewi & Nihayani, 2021). Penelitian Wicaksono dan Adriana juga menemukan terdapat pengaruh secara bermakna edukasi menstruasi menggunakan Tiktok terhadap sikap remaja ($p \text{ value}=0,001$) (Wicaksono & Adriana, 2023). Penelitian kualitatif mengenai pemanfaatan tiktok sebagai media edukasi di masa pandemi covid-19 mendapatkan bahwa remaja menyukai edukasi melalui TikTok karena penggunaan media Tiktok yang fun dan menarik menyebabkan pencarian informasi menjadi menyenangkan (Arif, 2021).

Suryanto (2022) menyatakan bahwa media sosial TikTok berpotensi menjadi platform yang berharga dan berpengaruh untuk menyampaikan informasi tentang kesehatan. Hal ini karena TikTok merupakan media audiovisual yang memudahkan dalam penyampaian informasi sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan sikap, serta menjadi sumber informasi yang mudah diakses di masa sekarang. Selain itu, Suryanto (2022) juga menyatakan bahwa dengan adanya fitur gambar dan video pada Instagram dapat mendukung penyampaian informasi secara lebih efektif. Edukasi gizi yang melibatkan penerimaan informasi melalui infografis dapat mendukung peningkatan pengetahuan responden, karena informasi yang diterima secara visual akan diproses sekaligus oleh otak (Suryanto et al., 2022). Media sosial instagram maupun tiktok terbukti efektif dalam memberikan edukasi kesehatan, termasuk edukasi pernikahan dini, mengingat tingginya angka penggunaan oleh para remaja serta

Tabel 4. Perbedaan Efektivitas Instagram Dan Tiktok Terhadap Pengetahuan

Variable	Jumlah	Rata-Rata		Analisis T Independent
		Pre-test	Post-test	p-value
Instagram	30	62.11	70.88	0.046
TikTok	30	55.96	64.91	

* Uji T Independent karena data berdistribusi normal

* $\alpha = 0,05$

pemanfaatannya sebagai media pendidikan, mencari ilmu dan hal-hal baru (Suryanto et al., 2022).

Uji statistik yang digunakan untuk menganalisis perbedaan efektivitas edukasi pernikahan dini menggunakan media instagram dan tiktok terhadap pengetahuan adalah uji T Independent karena data berdistribusi normal berdasarkan uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk.

Hasil analisis perbedaan efektivitas edukasi pernikahan dini melalui instagram dan tiktok terhadap pengetahuan dengan uji t-independent test menggunakan SPSS diperoleh nilai p value < 0,05, artinya secara bermakna ada perbedaan efektivitas edukasi pernikahan dini melalui instagram dan tiktok terhadap pengetahuan remaja putri mengenai pernikahan dini. Berdasarkan nilai p value pengaruh edukasi melalui instagram yaitu 0.001, sedangkan melalui tiktok adalah 0.000 (0.000<0.001), dapat disimpulkan bahwa pemberian edukasi pernikahan dini melalui tiktok memiliki efektivitas yang lebih tinggi dibandingkan melalui instagram terhadap pengetahuan remaja putri di SMP Negeri 24 Bandung.

Berdasarkan teori hubungan antara media edukasi kesehatan dengan tujuan pembelajaran dijelaskan bahwa jenis media yang efektif untuk mempelajari informasi faktual, konsep, dan meningkatkan pengetahuan adalah media gambar hidup atau media audiovisual, salah satunya dengan memanfaatkan media elektronik (Kholid, 2018). Hal ini sesuai dengan aplikasi TikTok. Tiktok merupakan platform media sosial tempat berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung (TikTok, 2023). Kelebihan TikTok sebagai media yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan adalah

karena TikTok memungkinkan penggunaanya untuk menonton video edukasi yang disertai visual dan audio dalam durasi yang tidak terlalu panjang (maksimal 10 menit) disertai dengan fitur pengedit dan filter yang mampu membantu lebih memvisualisasikan informasi yang disampaikan sehingga lebih menarik perhatian remaja dan dapat menyampaikan pesan dari video tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian Simanjuntak mengenai pengaruh inovasi edukasi gizi masyarakat berbasis social media marketing terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku dalam upaya pencegahan stunting menggunakan media social TikTok, Instagram Twitter, dan Youtube yang mendapatkan hasil bahwa Media sosial yang paling menghasilkan perubahan pengetahuan sasaran adalah TikTok (Simanjuntak, Yuliati, Rizkillah, & Maulidina1, 2022). Penelitian tersebut menunjukkan hasil uji beda pre-test dan posttest variabel pada masing-masing media sosial, variabel pengetahuan pada seluruh media sosial mengalami perubahan yang positif signifikan karena nilai post-test lebih tinggi dibandingkan nilai pre-test, dengan perubahan tertinggi dan signifikan berada pada media sosial TikTok ($\Delta=21,50$) (Simanjuntak et al., 2022). Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa TikTok menjadi salah satu media sosial yang memiliki potensi sebagai platform yang berpengaruh dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan pengetahuan mengenai kesehatan (Basch, 2020).

Uji statistik yang digunakan untuk menganalisis perbedaan efektivitas edukasi pernikahan dini menggunakan media instagram dan tiktok terhadap sikap adalah uji Mann Whitney karena berdasarkan uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk diketahui bahwa data tidak berdistribusi normal.

Tabel 5. Perbedaan Efektivitas Instagram Dan Tiktok Terhadap Sikap

Variable	Jumlah	Rata-Rata		Analisis Mann Whitney
		Pre-test	Post-test	p-value
Instagram	30	89.14	93.13	0.767
TikTok	30	89.49	91.82	

* Uji Mann Whitney karena data tidak berdistribusi normal

* $\alpha = 0,05$

Hasil analisis perbedaan efektivitas edukasi pernikahan dini melalui instagram dan tiktok terhadap sikap dengan uji Mann Whitney menggunakan SPSS diperoleh nilai p value > 0,05, artinya tidak ada perbedaan secara bermakna efektivitas edukasi pernikahan dini melalui instagram dan tiktok terhadap sikap remaja putri mengenai pernikahan dini. Artinya, edukasi pernikahan dini melalui instagram maupun tiktok memiliki efektivitas yang sama dalam memberikan perubahan sikap remaja putri terhadap pernikahan dini di SMP Negeri 24 Bandung.

Media sosial instagram maupun TikTok memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing untuk meningkatkan sikap seseorang. Instagram adalah bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna dengan mudah berbagi informasi dalam bentuk foto dan video (Sari & Basit, 2020). Instagram juga memiliki fitur story, replay story, komentar, dan direct message yang memungkinkan seseorang untuk tetap berkomunikasi melalui personal chat atau group sehingga terjadi diskusi dan mempengaruhi pandangan atau sikap seseorang. TikTok memiliki kelebihan berupa karakter konten yang lebih santai dan terkesan mengajak ngobrol viewers sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat lebih dipahami.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa edukasi pernikahan dini melalui media sosial instagram dan tiktok dapat mempengaruhi pengetahuan dan sikap remaja putri. Media sosial yang lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan adalah media sosial tiktok. Sedangkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara efektivitas edukasi pernikahan dini melalui instagram dan tiktok terhadap

sikap, artinya penggunaan media sosial instagram maupun tiktok sama sama efektif dalam meningkatkan sikap remaja. Metode edukasi pernikahan dini melalui media sosial instagram dan tiktok ini dapat menjadi strategi promosi kesehatan oleh praktisi kesehatan untuk menyebarluaskan informasi mengenai pernikahan dini agar dapat menurunkan angka pernikahan dini di Indonesia.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu peneliti tidak dapat memastikan apakah responden menyimak seluruh postingan dengan baik, tuntas, dan fokus; peneliti juga tidak dapat memastikan apakah responden mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh, tanpa kerja sama, atau meminta bantuan kepada orang lain. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai efektivitas edukasi pernikahan dini melalui instagram dan tiktok terhadap pengetahuan dan sikap remaja dengan metode yang berbeda dan mampu mengontrol responden agar dapat menyimak konten dengan baik dan mengisi soal pretest dan posttest dengan jujur dan sungguh-sungguh. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai seperti apa pengemasan konten edukasi di media sosial yang disukai oleh remaja sehingga edukasi yang dibagikan di media sosial instagram dan tiktok dapat lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap para remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, D. (2014). Pengaruh Penyuluhan Terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Petani Paprika di Desa Kumbo-Pasuruan Terkait

- Penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) dari Bahaya Pestisida Tahun 2014. Jakarta.
- Agustin, E., Susanti, S., & Gumilar, D. (2021). Determinan Sikap Remaja terhadap Pernikahan Dini di Provinsi Banten: Analisis Data SKAP 2019. 8(3).
- Arif, S. (2021). Efektifitas Media Video Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang PHBS di SMP Negeri 12 Kota Bengkulu. Bengkulu.
- Basch, C. H. (2020). COVID-19 on TikTok: Harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *Int J Adolesc Med Health*, 34(5), 367–369. <https://doi.org/10.1515/ijamh-2020-0111>. eCollection 2022 Oct 1
- BKKBN. (2019). Modul Pegangan bagi Fasilitator Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK-R). Jakarta: Direktorat Bina Ketahanan Remaja.
- Budiman, & Riyanto, A. (2013). Kapita Selekta Kuesioner: Pengetahuan dan Sikap dalam Penelitian. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Medika.
- Dewi, E., & Nihayani, L. (2021). Efektivitas Instagram Dalam Meningkatkan Pengetahuan Sadari Sebagai Pencegahan Dini Kanker Payudara. *PREPOTIF Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5(1), 344–352.
- DP3AKB. (2017). Jumlah Perkawinan Usia 16-19 Tahun Berdasarkan Jenis Kelamin di Jawa Barat. Retrieved September 26, 2022, from Open Data Jabar website: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-perkawinan-usia-16-19-tahun-berdasarkan-jenis-kelamin-di-jawa-barat>
- Hepilita, Y., & Gantas, A. (2018). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Gangguan Pola Tidur pada Anak Usia 12 sampai 14 Tahun di SMP Negeri 1 Langke Rembong. *Jurnal Wawasan Kesehatan*, 3(2), 78–87.
- Instagram Help Center. (2023). Help Center.
- Kemp, S. (2022). TIKTOK STATISTICS AND TRENDS. Retrieved January 10, 2023, from Kepios website: https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2022&utm_term=Indonesia&utm_content=Facebook_Stats_Link
- Kholid, A. (2018). Promosi Kesehatan: Dengan Pendekatan Teori Perilaku, Media, dan Aplikasinya. Jakarta: Rajawali Pers.
- NapoleonCat. (2022). Instagram Users In Indonesia. Retrieved April 21, 2022, from NapoleonCat website: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/03/>
- Oktavia, E., Agustin, F., Magai, N., Widyawati, S., & Cahyati, W. (2018). Pengetahuan Risiko Pernikahan Dini Pada Remaja Umur 13-19 Tahun. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 239–248.
- Pamilasari, T., Desi, & Purba, J. (2022). Pengaruh Edukasi Gizi Media Tik Tok Terhadap Pengetahuan Gizi Seimbang Pada Remaja Putri. *Pontianak Nutrition Journal*, 5(1), 141–145.
- Prasetya, Rochadi, & Lumongga. (2019). Pengaruh Media Sosial Dalam Peningkatan Pengetahuan Dan Sikap Siswa Perokok Terhadap Pencegahan Stain Gigi Di Sma Negeri 1 Sei Lapan Kabupaten Langkat Tahun 2019. *Jurnal Kesmas Jambi (JKMJ)*, 3(1), 31–40.
- Rinarito, D. L., Ilmi, I., & Fatmawati, I. (2022). Pengaruh Edukasi dengan Media Sosial Instagram dan YouTube terhadap Pengetahuan Gizi Seimbang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 11(3), 287–292.
- Rusdi, F., Rahmy, H., & Helmizar. (2021). Pengaruh Edukasi Gizi Menggunakan Instagram Terhadap Perubahan Perilaku Gizi Seimbang Untuk Pencegahan Anemia Pada Remaja Putri Di Sman 2 Padang. *Journal of Nutrition College*, 10(1), 31–38.
- Salamah. (2016). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Pernikahan Usia Dini Di Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan. Semarang.
- Sari, D., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi%i.4428>
- Simanjuntak, M., Yuliati, L., Rizkillah, R., & Maulidina, A. (2022). Pengaruh Inovasi Edukasi Gizi Masyarakat Berbasis Social Media Marketing Terhadap Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Dalam Upaya Pencegahan Stunting. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 15(2), 164–177. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2022.15.2.164>
- Siregar, P. (2020). Buku Ajar Promosi Kesehatan. Medan: Fakultas Kesehatan Masyarakat

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan.

- Steinberg, L. (2011). Adolescent risk taking: A social neuroscience perspective. In E. Amsel & J. G. Smetana (Eds.), *Adolescent Vulnerabilities and Opportunities: Developmental and Constructivist Perspectives.*, 28(1), 41–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9781139042819.005>
- Suryanto, D., Basid, A., Kusuma Negara, C., & Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, I. (2022). The effect of community nutrition education innovation based on social media marketing on knowledge, attitude, and behavior to prevent stunting under a creative commons attribution-non commercial 4.0 international license (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Eduhealth*, 13(02), 2022.
- Syamsoedin, W., Bidjuni, H., & Wowiling, F. (2015). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Kejadian Insomnia pada Remaja di SMA Negeri 9 Manado. *Ejournal Keperawatan*, 3(1).
- Taba, M., Ayre, J., Freeman, B., McCaffery, K., & Bonner, C. (2023). COVID-19 messages targeting young people on social media: content analysis of Australian health authority posts. *Health Promotion International*, 1–13.
- TikTok. (2023). Tentang TikTok. Retrieved January 13, 2023, from <https://www.tiktok.com/about?lang=id>
- Unicef. (2020). *Pencegahan Perkawinan Anak Percepatan yang Tidak Bisa Ditunda*. Jakarta: PUSKAPA.
- We Are Social. (2022). *Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth*.
- Wicaksono, D., & Adriana, N. (2023). Pengaruh Vidio Tiktok (Menstruasi) Terhadap Peningkatan Sikap Remaja Putri di SMK Batik 2. *SEHATMAS (Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat)*, 2(2), 434–439.
- Winzer, E., Naderer, B., Klein, S., Lercher, & Wakolbinger, M. (2022). Promotion of Food and Beverages by German-Speaking Influencers Popular with Adolescents on TikTok, YouTube and Instagram. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 1–13.