

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 28 Februari – 31 Maret 2026 di Liliba, Kupang, Nusa Tenggara Timur, menggunakan media sosial TikTok sebagai sarana penyampaian materi audiovisual. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan observasi sebelum dan sesudah menonton video audiovisual menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui tautan (link) kepada responden yang dipilih. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang yang dikirim melalui media sosial TikTok dengan tujuan untuk mengetahui literasi dan respons masyarakat terhadap media audiovisual sebagai promosi kesehatan mulut dengan Diabetes Melitus. Setelah data dikumpulkan, maka didapatkan hasil sebagai berikut.

| Sebelum      |           |                  | Sesudah      |           |                  |
|--------------|-----------|------------------|--------------|-----------|------------------|
| Nilai        | ( n )     | Persentasi ( % ) | Nilai        | ( n )     | Persentasi ( % ) |
| 20           | 3         | 6 %              | 20           | 0         | 0 %              |
| 30           | 4         | 8 %              | 30           | 0         | 0 %              |
| 40           | 6         | 12 %             | 40           | 0         | 0 %              |
| 50           | 8         | 16 %             | 50           | 0         | 0 %              |
| 60           | 10        | 20 %             | 60           | 2         | 4,1 %            |
| 70           | 12        | 24 %             | 70           | 7         | 14,3 %           |
| 80           | 3         | 6 %              | 80           | 16        | 32,7 %           |
| 90           | 3         | 6 %              | 90           | 13        | 26,5 %           |
| 100          | 1         | 2 %              | 100          | 11        | 22,4 %           |
| <b>Total</b> | <b>50</b> | <b>100 %</b>     | <b>Total</b> | <b>50</b> | <b>100 %</b>     |

**Tabel 4.1. Nilai Responden Sebelum dan Sesudah Menonton Vidio Audiovisual**

| No    | Kriteria | Sebelum |     | Sesudah |     |
|-------|----------|---------|-----|---------|-----|
|       |          | n       | %   | n       | %   |
| 1.    | Tinggi   | 7       | 14  | 0       | 0   |
| 2.    | Sedang   | 22      | 44  | 10      | 20  |
| 3.    | Rendah   | 21      | 42  | 40      | 80  |
| Total |          | 50      | 100 | 50      | 100 |

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukan sebelum menonton video edukasi, sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 22 orang (44%), diikuti kategori rendah sebanyak 21 orang (42%), dan kategori tinggi sebanyak 7 orang (14%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebelum diberikan intervensi berupa video edukasi, respons masyarakat terhadap materi kesehatan mulut dan diabetes melitus masih didominasi oleh tingkat respons sedang dan rendah, sedangkan hanya sebagian kecil yang memiliki respons tinggi. Setelah menonton video edukasi, terjadi perubahan distribusi respons responden. Tidak terdapat lagi responden yang berada pada kategori tinggi (0%), sedangkan kategori sedang menurun menjadi 10 orang (20%), dan kategori rendah meningkat menjadi 40 orang (80%).

**Tabel 4.2. Tingkat Literasi Masyarakat Tentang Kesehatan Mulut Dengan Diabetes Melitus Sebelum dan Sesudah Menonton Video Audiovisual**

| No.   | Kriteria | Sebelum |     | Sesudah |     |
|-------|----------|---------|-----|---------|-----|
|       |          | n       | %   | n       | %   |
| 1.    | Tinggi   | 21      | 42  | -       | -   |
| 2.    | Sedang   | 22      | 44  | 9       | 20  |
| 3.    | Rendah   | 7       | 14  | 41      | 80  |
| Total |          | 50      | 100 | 50      | 100 |

Berdasarkan tabel tingkat literasi masyarakat tentang kesehatan gigi dengan Diabetes Melitus sebelum dan sesudah menonton video audiovisual,

terlihat adanya perubahan distribusi tingkat literasi pada responden setelah diberikan intervensi berupa edukasi menggunakan media audiovisual.

Sebelum menonton video audiovisual, sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 22 orang (44%), diikuti kategori tinggi sebanyak 21 orang (42%), dan kategori rendah sebanyak 7 orang (14%). Setelah menonton video audiovisual, sebagian besar responden berada pada kategori rendah, yaitu sebanyak 41 orang (80%), sedangkan kategori sedang sebanyak 9 orang (20%), dan tidak terdapat lagi responden yang berada pada kategori tinggi (0%).

**Tabel 4.3. Rata -Rata Responden Sebelum dan Sesudah Menonton Vidio Audiovisual**

| <b>Keterangan</b>                  | <b>Total Nilai</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Rata-Rata</b> | <b>Peresentasi</b> |
|------------------------------------|--------------------|-------------------------|------------------|--------------------|
| Sebelum menonton viduio            | 2.850              | 50                      | 57               | 57%                |
| Sesudah Menonton Vidio Audiovisual | 4.160              | 50                      | 83,2             | 83,2%              |

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukan bahwa rata-rata nilai responden sebelum menonton vidio audiovisual adalah 57% sedangkan rata-rata nilai responden sesudah menonton vidio audiovisual meningkat menjadi 83% Hasil tersebut menunjukan adanya peningkatan literasi masyarakat sebesar setelah diberikan promosi kesehatan menggunakan media audiovisual

**Tabel 4.4. Respon Masyarakat Terhadap Media Audiovisual**

| <b>No</b> | <b>Indikator Respon</b> | <b>Presentasi (%)</b> | <b>Kategori</b> |
|-----------|-------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1.        | Like                    | 78%                   | Tinggi          |
| 2.        | Share                   | 60%                   | Sedang          |
| 3.        | Komentar Positif        | 60%                   | Sedang          |
| 4.        | Durasi Tonton           | 20,4%                 | Rendah          |

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa respon Masyarakat terhadap media audiovisual tergolong tinggi jumlah like mencapai 0,78%, jumlah share sebesar 60% , dengan kategori sedang ,komentar positif sebesar 60% dengan kategori sedang, dan durasi tonton 20,4% dengan kategori rendah . Hasil tersebut menunjukkan bahwa media audiovisual mampu menarik perhatian serta meningkatkan keterlibatan Masyarakat terhadap promosi kesehatan yang diberikan, meskipun durasi tontonnya masih tergolong rendah

## **B. Pembahasan**

### **1. Respons Masyarakat terhadap Video Audiovisual tentang Kesehatan Mulut dengan Diabetes Melitus**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum menonton video audiovisual, sebagian besar responden berada pada kategori respons sedang sebanyak 22 orang (44%), kategori rendah sebanyak 21 orang (42%), dan kategori tinggi sebanyak 7 orang (14%). Setelah diberikan intervensi berupa video audiovisual, terjadi perubahan distribusi respons, dimana kategori rendah meningkat menjadi 40 orang (80%), kategori sedang menurun menjadi 10 orang (20%), sedangkan kategori tinggi menjadi tidak ada (0%).

Apabila pengelompokan kategori penelitian menggunakan skoring terbalik, dimana kategori rendah menunjukkan respons yang semakin baik terhadap materi edukasi, maka hasil tersebut menunjukkan bahwa media audiovisual mampu meningkatkan respons masyarakat

terhadap informasi mengenai hubungan kesehatan mulut dengan diabetes melitus. Video yang memadukan unsur gambar bergerak, suara, teks, dan ilustrasi menjadikan informasi lebih menarik sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Media audiovisual merupakan salah satu media promosi kesehatan yang efektif karena mampu merangsang lebih dari satu indera secara bersamaan. Menurut Notoatmodjo (2018), penggunaan media audiovisual dapat meningkatkan perhatian, minat, pemahaman, dan daya ingat seseorang terhadap pesan kesehatan dibandingkan media cetak maupun ceramah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari dkk. (2022) yang melaporkan bahwa edukasi kesehatan menggunakan video mampu meningkatkan pemahaman masyarakat secara signifikan karena penyampaian informasi lebih menarik dan mudah dipahami. Penelitian Pratiwi dkk. (2023) juga menunjukkan bahwa media audiovisual efektif meningkatkan respons dan keterlibatan masyarakat dalam mengikuti promosi kesehatan.

## 2. Tingkat Literasi Masyarakat tentang Kesehatan Mulut dengan Diabetes Melitus

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sebelum menonton video audiovisual sebagian besar responden memiliki tingkat literasi kategori sedang sebanyak 22 orang (44%), kategori tinggi sebanyak 21 orang (42%), dan kategori rendah sebanyak 7 orang (14%). Setelah

menonton video audiovisual terjadi perubahan dimana sebagian besar responden berada pada kategori rendah sebanyak 41 orang (80%), sedangkan kategori sedang menjadi 9 orang (20%) dan kategori tinggi tidak ditemukan lagi.

Selain itu, rata-rata nilai literasi meningkat dari 57% sebelum intervensi menjadi 83,2% setelah intervensi, sehingga terdapat peningkatan sebesar 26,2% setelah masyarakat memperoleh edukasi melalui video audiovisual.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa video audiovisual mampu meningkatkan literasi masyarakat mengenai hubungan antara kesehatan mulut dan diabetes melitus. Informasi yang disampaikan melalui gambar, animasi, narasi, dan ilustrasi memberikan pengalaman belajar yang lebih menarik sehingga responden lebih mudah memahami materi dibandingkan hanya membaca atau mendengarkan penjelasan secara verbal.

Literasi kesehatan merupakan kemampuan seseorang untuk memperoleh, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi kesehatan dalam mengambil keputusan yang tepat. Individu dengan literasi kesehatan yang baik akan lebih mampu melakukan tindakan pencegahan penyakit, menjaga kesehatan gigi dan mulut, serta mengendalikan faktor risiko diabetes melitus.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Fitriani dkk. (2021) yang menyatakan bahwa edukasi melalui media audiovisual secara

signifikan meningkatkan pengetahuan dan literasi kesehatan masyarakat. Penelitian Rahmawati dkk. (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan video edukasi lebih efektif dibandingkan media konvensional karena mampu meningkatkan pemahaman peserta dalam waktu yang relatif singkat.

### 3. Respons Masyarakat terhadap Media Audiovisual

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa indikator respons masyarakat terhadap media audiovisual menunjukkan persentase like sebesar 78%, share sebesar 60%, komentar positif sebesar 60%, sedangkan durasi menonton sebesar 20,4%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa media audiovisual memperoleh tanggapan positif dari masyarakat. Tingginya jumlah like menunjukkan bahwa masyarakat menyukai isi video, sedangkan banyaknya share menunjukkan bahwa responden menganggap informasi tersebut bermanfaat sehingga dibagikan kepada orang lain. Komentar positif juga menggambarkan bahwa isi materi mudah dipahami dan dianggap relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Walaupun demikian, durasi menonton masih tergolong rendah. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik pengguna media sosial, khususnya TikTok, yang cenderung menyukai video berdurasi singkat. Oleh karena itu, pada pengembangan media edukasi selanjutnya diperlukan penyajian video yang lebih singkat, menarik, komunikatif,

dan menggunakan visual yang lebih interaktif agar masyarakat bersedia menonton hingga selesai.