

PERBEDAAN MOTIVASI IBU DALAM PEMILIHAN KONTRASEPSI IMPLAN
SEBELUM DAN SESUDAH PROMOSI KESEHATAN MEDIA VIDEO DI
KABUPATEN KEDIRI

(The Difference Of Mother's Motivation In Implant Contraceptives Selection Before And After Health Promotion Using Video at Kediri Regency)

Sumy Dwi Antono*, Yunarsih, Retna Lea Santika S

Abstract

The implant contraceptive method is one of the contraceptive methods that are less attractive to the public, especially couples of childbearing age, although the effectiveness of implant contraception is very high. The area in Kediri District which have the lowest implant acceptor is in he village of Rembangkepuh the working area of the Wonorejo Health Center. Lack of motivation for couples of childbearing age to participate in family planning is caused by several things, one of them is because socialization is still not implemented optimally. The purpose of this study was to determine differences in maternal motivation in the selection of implant contraception before and after the health promotion of video media. This study uses a one-group pretest-posttest design and used simple random sampling technique with 30 subjects. The results showed that the mother's motivation in choosing the implant contraception before being given the highest video media health promotion was in the highly unmotivated category as many as 19 respondents (63%), while the mother's motivation in choosing implant contraception after being given health media promotion was in the highly motivated category of 15 respondents (50%). Statistical tests were performed using Wilcoxon Match Paired Test statistic obtained $Z_{count} > Z_{table}$ that is $4,294 > 1,645$ so it can be concluded that there are differences in maternal motivation in the selection of implant contraception before and after vidio health promotion..

Keywords: *Health Promotion, Implants, Motivation*

Abstrak

Metode kontrasepsi implan merupakan salah satu dari metode kontrasepsi yang kurang diminati masyarakat khususnya pasangan usia subur meskipun efektifitas kontrasepsi implan sangat tinggi. Daerah di Kabupaten Kediri yang menjadi terendah ketiga akseptor implan adalah di Desa Rembangkepuh wilayah kerja Puskesmas Wonorejo. Kurangnya motivasi pasangan usia subur untuk mengikuti KB disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya disebabkan karena sosialisasi masih belum dilaksanakan secara optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sebelum dan sesudah promosi kesehatan media video. Penelitian ini menggunakan desain *one-group pretest-posttest design* serta menggunakan teknik *simple random sampling* dengan subjek penelitian 30 orang. Hasil penelitian menunjukkan motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sebelum diberikan promosi kesehatan media video tertinggi pada kategori sangat tidak termotivasi sebanyak 19 responden (63%), sedangkan motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sesudah diberikan promosi kesehatan media video tertinggi pada kategori sangat termotivasi 15 responden (50%). Uji statistik yang dilakukan dengan menggunakan Uji statistik Wilcoxon Match Paired Test didapatkan hasil $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ yaitu $4,294 > 1,645$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sebelum dan sesudah promosi kesehatan media video.

Kata Kunci : *Promosi Kesehatan, Implan, Motivasi*

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini berada pada peringkat keempat negara yang memiliki kepadatan penduduk. Pada dasarnya masalah kependudukan Indonesia berkaitan dengan tiga aspek yaitu, kuantitas, kualitas dan mobilitas (Direktorat Analisis Dampak Kependudukan, 2011). Dari aspek kuantitas, sesuai data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2014 Indonesia memiliki jumlah penduduk sangat besar yang mencapai 252,164 juta jiwa, ini menempatkan Indonesia pada urutan 4 di dunia dengan jumlah penduduknya (Statistical Yearbook Of Indonesia, 2015).

Beberapa upaya yang harus dilakukan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut. Salah satunya ialah aspek kuantitas : Pengendalian jumlah dan pertumbuhan penduduk dilakukan melalui penekanan terhadap angka kelahiran yaitu pembatasan jumlah kelahiran, menunda usia perkawinan muda, dan meningkatkan pendidikan.

Program keluarga berencana memiliki makna yang sangat strategis, komprehensif dan fundamental dalam mewujudkan manusia Indonesia yang sehat dan sejahtera. UU Nomor 52 Tahun 2009 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga menyebutkan bahwa keluarga berencana adalah upaya untuk mengatur kelahiran anak, jarak, dan usia ideal melahirkan, mengatur kehamilan, melalui promosi, perlindungan, dan bantuan sesuai hak reproduksi untuk mewujudkan keluarga yang berkualitas (Buletin Jendela Data dan Informasi Kesehatan, 2013).

Pada tahun 2010, negara di Asia Pasifik mengemukakan isu yang menjadi fokus dalam menghadapi tantangan program KB, diantaranya dengan peningkatan kualitas dan cakupan informasi dan pelayanan serta penguatan keterlibatan masyarakat dalam

meningkatkan kesadaran akan kebutuhan program keluarga berencana (Nofrijal, 2013).

Metode kontrasepsi implan yang merupakan salah satu dari metode yang tersedia pada saat ini, nampaknya kurang diminati masyarakat khususnya pasangan usia subur meskipun efektifitas kontrasepsi implant ini sangat tinggi yaitu kegagalannya 0,2-1 kehamilan per 100 perempuan (Saifuddin, 2010).

Perwakilan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Propinsi Jawa Timur tahun 2017 sasaran presentase peserta KB aktif MKJP tahun 2016 yaitu 22,89% dan capaiannya 28,71%. Tetapi angka tertinggi capaian peserta aktif PUS yaitu IUD 9,44% dan untuk implan masih di bawah IUD yaitu dengan presentase 8,00%.

Pada tahun 2016, di Kabupaten Kediri untuk MKJP yang capaiannya tertinggi adalah IUD yaitu 13,4% sedangkan implan masih dibawahnya 10,4%. Peserta MKJP implan tertinggi berada di kecamatan Kandat dengan persentase 10,29%. Dari jumlah PUS 298.403 di Kabupaten Kediri peserta MKJP implan untuk akseptor baru mencapai 26.787 atau 8,98% dan untuk akseptor aktif 199.294 atau 66,79% pencapaian peserta KB baru MKJP implan terendah pertama di kecamatan Pranggang dengan jumlah 240 atau 5,7%; terendah kedua di kecamatan Plosoklaten dengan jumlah 281 atau 6,4% ; dan yang terendah ketiga di kecamatan Ngadiluwih wilayah Puskesmas Wonorejo dengan jumlah 282 atau 6,9%. Di kecamatan tersebut KB yang paling diminati adalah metode suntik (Dinkes Kabupaten, 2016).

Dalam memenuhi keinginannya tersebut, baik pria maupun wanita berhak untuk memperoleh informasi dan mempunyai akses terhadap berbagai metoda KB yang mereka pilih, efektif, aman dan terjangkau dan juga metoda-metoda pengendalian kehamilan lainnya yang tidak bertentangan dengan hukum

dan perundang-undangan yang berlaku (Saroaha, 2009).

Motivasi pada dasarnya dapat membantu dalam memahami dan menjelaskan perilaku individu, termasuk perilaku individu yang sedang belajar. Ada beberapa peranan penting dari motivasi dalam belajar dan pembelajaran, antara lain dalam (a) menentukan hal-hal yang dapat dijadikan penguat belajar, (b) memperjelas tujuan belajar yang hendak dicapai, (c) menentukan ragam kendali terhadap rangsangan belajar, (d) menentukan ketekunan belajar.

Kurangnya motivasi pasangan usia subur untuk mengikuti KB disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya dapat disebabkan karena sosialisasi masih belum dapat dilaksanakan secara optimal, perekonomian masih rendah karena mayoritas penduduk bekerja sebagai buruh tani, masih mempercayai mitos banyak anak banyak rejeki, selain itu meski sasaran (pasangan usia subur) telah mendapatkan sosialisasi masih banyak yang belum memiliki kesadaran untuk mengikuti Safari KB karena beberapa alasan, misalnya malu, takut saat pemasangan dan tidak merasa membutuhkan sehingga kurang termotivasi untuk mengikuti safari KB. Oleh sebab itu diperlukan motivasi untuk wanita usia subur agar mau mengikuti safari KB (Handayani, 2010).

Penyuluhan kesehatan menggunakan banyak alat bantu atau media. Salah satunya adalah media audiovisual. Media audiovisual lebih efektif dalam menerima pembelajaran karena dapat memberikan pengalaman nyata lebih dari yang disampaikan media audio maupun visual (Sudjana, 2007).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Perbedaan Motivasi Ibu dalam Pemilihan Kontrasepsi Implan Sebelum dan Sesudah Promosi Kesehatan Media Video di desa Rembangkepuh

Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian pre eksperimen dengan rancangan *One Group Pretest Posttest*. Populasi dalam penelitian ini ialah Wanita Usia Subur (WUS) yang sudah menikah dan belum pernah menggunakan implan ataupun metode kontrasepsi lainnya berjumlah 32 orang. Besar sampel 30 responden dengan menggunakan tehnik *simple random sampling* dengan tehnik undian.

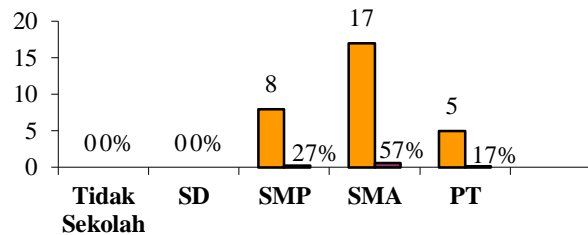
Adapun metode pengumpulan datanya adalah sebagai berikut: setelah responden menandatangani lembar persetujuan, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yang terdapat di lembar kuesioner peneliti memberikan waktu 20 menit untuk responden melakukan *pretest*, kemudian peneliti memberikan promosi kesehatan dengan media video yang berdurasi ± 15 menit dan setiap responden diberikan leaflet. Pada hari kedua, responden kembali diberikan promosi kesehatan untuk kedua kalinya kemudian peneliti melakukan *posttest* dengan lembar kuesioner yang sama pada akhir sesi. *Posttest* yang dilakukan peneliti sama dengan saat *pretest* yaitu dengan menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan. Peneliti menghabiskan waktu 20 menit untuk melakukan *posttest* setiap responden. Setelah data *pretest* maupun *posttest* terkumpul, kemudian peneliti melakukan analisa data dengan menggunakan uji statistik *Wilcoxon Match Pair Test*.

HASIL PENELITIAN

1. Data Umum

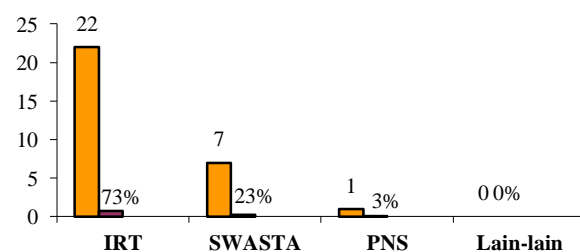
Pada data umum Peneliti memperoleh data karakteristik responden yaitu pendidikan, pekerjaan, dan riwayat penyuluhan yang lalu.

Gambar 1.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan



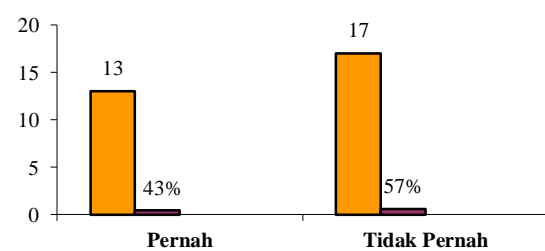
Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden tertinggi ada pada kategori SMA yaitu sebanyak 17 responden (57%).

Gambar 1.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan



Berdasar gambar 1.2 dapat diketahui bahwa pekerjaan tertinggi pada responden adalah sebagai ibu rumah tangga sebanyak 22 responden (73%).

Gambar 1.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Riwayat Promosi Kesehatan Sebelumnya



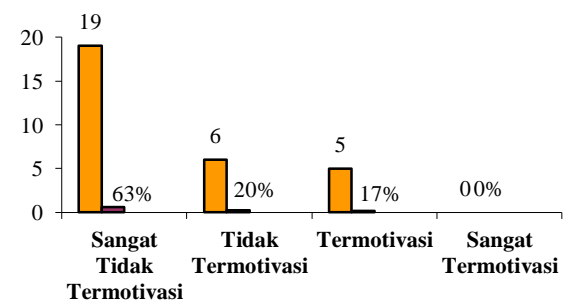
Berdasar gambar 1.3 dapat diketahui bahwa frekuensi tertinggi

riwayat pengetahuan sebelumnya pada kategori tidak pernah sebanyak 17 responden (57%).

2. Data Khusus

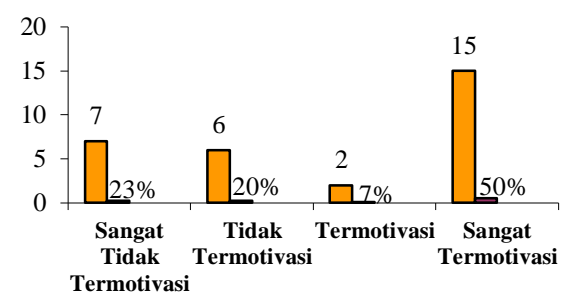
Pada data khusus ini, Peneliti memperoleh data motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sebelum dan sesudah diberikan promosi kesehatan

Gambar 2.1 Frekuensi Motivasi Ibu dalam Pemilihan Kontrasepsi Implan Sebelum diberikan Promosi Kesehatan Media Video



Berdasarkan gambar 2.1 sebagian besar responden memiliki motivasi pada kategori sangat tidak termotivasi sebanyak 19 responden (63%) sebelum diberikan promosi kesehatan media video tentang kontrasepsi implan.

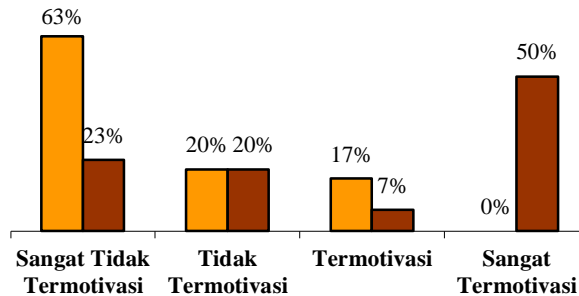
Gambar 2.2 Frekuensi Motivasi Ibu dalam Pemilihan Kontrasepsi Implan Sesudah diberikan Promosi Kesehatan Media Video di Desa Rembangkepuh Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri



Berdasarkan gambar 2.2 setelah diberikan promosi kesehatan tentang kontrasepsi implan dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki

motivasi pada kategori sangat termotivasi sebanyak 15 responden (50%).

Tabel 2.3 Frekuensi Motivasi Ibu dalam Pemilihan Kontrasepsi Implan Sebelum dan Sesudah diberikan Promosi Kesehatan Media Video



Hasil penelitian tersebut dianalisis dan dihitung menggunakan teknik analisis data *wilcoxon match pairs test* didapatkan nilai Z hitung yaitu sebesar -4.294. Harga Z tabel dengan taraf signifikansi (α) 0,05 sebesar 1,645 maka didapatkan kesimpulan Z hitung > Z tabel yaitu $4.294 > 1,645$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada perbedaan antara motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sebelum dan sesudah promosi kesehatan media video.

PEMBAHASAN

Motivasi Ibu dalam Pemilihan Kontrasepsi Implan Sebelum Promosi Kesehatan Media Video

Motivasi ibu sebelum diberikan promosi kesehatan media video diperoleh nilai tertinggi pada motivasi kategori tidak termotivasi (63%) sedangkan paling sedikit pada kategori sangat termotivasi adalah 0. Kurangnya motivasi pada diri ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan dapat terjadi karena beberapa faktor diantaranya faktor pribadi dan faktor lingkungan (Notoatmodjo, 2010). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Riskayati (2017) tentang hubungan pengetahuan, pendidikan, dan pekerjaan terhadap pemilihan alat kontrasepsi implan di Puskesmas Tawaeli, menunjukkan bahwa

ada hubungan pendidikan terhadap pemilihan alat kontrasepsi responden. Ibu yang memilih alat kontrasepsi implan berjumlah 29 responden yang terdiri dari 4 responden (13,8%) berpendidikan dasar, dan yang berpendidikan menengah berjumlah 25 responden (86,2%) sedangkan ibu yang memilih alat kontrasepsi non implan berjumlah 13 responden. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Monika (2017) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan metode kontrasepsi pada wanita usia subur (WUS) di Desa Salassae Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumpa Provinsi Sulawesi Selatan, yang menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan Perguruan Tinggi merupakan akseptor AKDR paling banyak.

Tingkat pendidikan yang rendah dapat menjadi pengaruh terhadap motivasi dalam pemilihan alat kontrasepsi. Karena dengan pendidikan yang rendah, pengetahuan yang didapat pun dinilai kurang maksimal. Dari penelitian ini didapatkan motivasi ibu sebelum diberikan promosi kesehatan masih tergolong sangat tidak termotivasi. Hal ini dikarenakan kebanyakan dari ibu belum pernah mendapatkan informasi sebelumnya yang jelas tentang implan. Contohnya informasi yang sering diperoleh adalah berupa pendapat masyarakat dalam menyikapi kontrasepsi implan yang akan menimbulkan mitos pada masyarakat. Sehingga mitos-mitos yang terbentuk membuat masyarakat merasa takut dan tidak termotivasi untuk memilih kontrasepsi implan. Untuk itu perlu adanya peran dari petugas kesehatan dalam memperjelas mitos yang ada di masyarakat dengan memberikan informasi melalui berbagai cara contohnya, dengan menggunakan promosi kesehatan agar masyarakat lebih memahami informasi yang diterima di lingkungan sehingga dengan adanya informasi dapat menjadi stimulasi terhadap motivasi pada ibu.

Motivasi Ibudalam Pemilihan Kontrasepsi Implan Sesudah Promosi Kesehatan Media Video

Motivasi ibu sesudah diberikan promosi kesehatan media video diperoleh nilai tertinggi pada motivasi kategori sangat termotivasi (50%) sedangkan paling sedikit pada kategori termotivasi adalah (7%).

Perubahan yang terjadi dikarenakan adanya pemberian promosi kesehatan. Menurut Notoatmodjo (2010), karena promosi kesehatan menimbulkan *respondent respons* atau respons atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Christina Kaseuntung (2015) tentang pengaruh penyuluhan kesehatan terhadap pengetahuan wanita usia subur (WUS) dalam pemilihan kontrasepsi di Desa Kalama Darat Kecamatan Tamako Kepulauan Sangihe, yang menunjukkan bahwa seseorang yang mempunyai pengetahuan yang baik mengenai KB akan menyadari pentingnya manfaat program KB, serta dalam mempengaruhi keputusan yang akan diambil dalam memilih alat kontrasepsi.

Promosi kesehatan tidak dapat lepas dari media karena melalui media, pesan-pesan yang disampaikan dapat lebih menarik dan dipahami, sehingga sasaran dapat mempelajari pesan tersebut sehingga sampai memutuskan untuk berperilaku positif (Notoatmodjo, 2010). Dengan video tentang kontrasepsi implan yang berisi kalimat-kalimat singkat dan jelas sehingga lebih memudahkan responden dalam menerima pesan yang disampaikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sandra Oktadinata (2011) tentang pengaruh penggunaan media audio visual terhadap peningkatan motivasi dan hasil belajar siswa kelas XI pada standar kompetensi memperbaiki sistem starter dan pengisian di SMK Muhammadiyah 4 Klaten Tengah, menunjukkan bahwa

motivasi belajar siswa yang menggunakan media audio visual lebih tinggi daripada siswa yang tidak menggunakan media audio visual. Dengan menggunakan media pembelajaran audio visual dapat memberikan kontribusi terhadap tingginya motivasi belajar siswa.

Menurut Kurt Lewin (1970) dalam Syafrudin (2009) tiga kemungkinan terjadinya perubahan perilaku pada diri seseorang salah satunya adalah kekuatan pendorong meningkat. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kekuatan pendorong adalah dilakukannya promosi kesehatan. Hal tersebut dapat membantu peningkatan motivasi ibu sehingga ibu dapat termotivasi untuk memilih kontrasepsi implan.

Dengan adanya peningkatan motivasi dalam penelitian ini, hal tersebut membuktikan bahwa adanya pengaruh pemberian promosi kesehatan terhadap motivasi ibu yang dikarenakan peningkatan stimulasi motivasi yang terjadi pada ibu. Selain promosi kesehatan media, diskusi yang dilakukan setelah pemberian promosi kesehatan juga menjadi salah satu faktor dalam merangsang motivasi ibu. Selain promosi kesehatan media, diskusi yang dilakukan setelah pemberian promosi kesehatan juga menjadi salah satu faktor dalam merangsang motivasi ibu. Tetapi, hasil motivasi yang didapat setelah dilakukan *posttest* masih terdapat ibu yang memiliki motivasi dalam kategori sangat tidak termotivasi dan tidak termotivasi. Hal tersebut disebabkan dari diri ibu sendiri karena motivasi akan terbentuk jika mendapat rangsangan dari luar dan ditunjang dengan adanya motivasi dari diri sendiri dan ibu yang ada pada kategori tidak termotivasi, dalam dirinya memang sudah menolak untuk tidak memilih kontrasepsi implan. Untuk itu dengan adanya promosi kesehatan serta motivasi dapat menepis mitos-mitos yang tidak benar dan menambah minat ibu terhadap kontrasepsi akseptor implan.

Analisis Motivasi Ibu dalam Pemilihan Kontrasepsi Implan Sebelum dan Sesudah Promosi Kesehatan Media Video

Dari 30 responden terdapat 24 responden (80%) mengalami kenaikan dan 6 responden (20%) yang tidak mengalami kenaikan ataupun penurunan. Menurut Hamzah (2013), motivasi dapat timbul dari dorongan internal dan eksternal. Dorongan eksternal adalah rangsangan dari luar individu yang dapat berupa promosi kesehatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Veby Monica Lasut (2014) dengan menggunakan uji statistik *Wilcoxon Signed Rank* tentang pengaruh pendidikan kesehatan terhadap pengetahuan PUS tentang alat kontrasepsi implan di wilayah kerja Puskesmas Nuangan Bolaang Mongondow Timur, menyatakan bahwa pendidikan kesehatan berpengaruh terhadap pengetahuan pasangan usia subur tentang alat kontrasepsi implan di Puskesmas Nuangan Bolaang Mongondow Timur.

Dengan adanya promosi kesehatan dapat menstimulasi adanya motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Triatmi Andri Yanuarini (2015) tentang perbedaan motivasi wanita PUS usia 35-49 tahun untuk menggunakan implant sebelum dan setelah diberi penyuluhan di Dusun Mojolegi Desa Bendo Kec. Pare, yang menunjukkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan responden oleh karena mendapatkan penyuluhan tentang kontrasepsi implant menyebabkan meningkatnya motivasi responden untuk menggunakan Implan. Dari 61 responden sebelum dilakukan penyuluhan kesehatan memiliki motivasi kategori rendah 1 responden (2%), motivasi sedang 52 responden (86%) dan kategori motivasi tinggi sebanyak 8 responden (14%), setelah dilakukan penyuluhan

kesehatan motivasi kategori rendah 0 responden, sedang 50 responden (82%) dan kategori tinggi sebanyak 11 responden (19%).

Motivasi sangat berhubungan erat dengan bagaimana perilaku itu dimulai, disokong, dikuatkan, diarahkan, dihentikan dan reaksi subjektifitas macam apakah yang timbul dalam organisasi ketika semua berlangsung. Motivasi merupakan keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu (Robins, 2010).

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan motivasi sebelum dan sesudah promosi kesehatan media video, hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal yaitu adanya peningkatan informasi pada ibu saat diberikan promosi kesehatan. Dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa pengetahuan menjadi faktor yang paling berpengaruh untuk menentukan motivasi karena dengan pengetahuan yang baru akan dapat menstimulasi seseorang untuk berpikir secara rasional sehingga menimbulkan suatu dorongan motivasi. Media video mempunyai unsur suara dan gambar sehingga mampu menstimulasi pendengaran dan penglihatan yang mampu meningkatkan motivasi lebih tinggi dibanding media lain. Dalam mencapai peningkatan motivasi ibu, juga karena adanya niat, kesungguhan dan komitmen yang tulus dalam menerima informasi dari diri ibu. Karena menurut Notoatmodjo (2010), promosi kesehatan sebagai pendekatan terhadap faktor perilaku kesehatan, maka tidak terlepas dari faktor-faktor yang menentukan perilaku (faktor predisposisi, faktor pemungkin, faktor penguat). Selain itu faktor dari petugas kesehatan juga dapat memengaruhi dalam stimulasi motivasi pada ibu. Untuk itu bidan setempat atau petugas kesehatan perlu lebih sering memberikan promosi kesehatan terhadap masyarakat, agar lebih menambah motivasi ibu dalam menggunakan implan ataupun metode

jangka panjang lainnya dan menciptakan akseptor baru metode kontrasepsi jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Sebelum dilakukan promosi kesehatan dengan media video motivasi responden dalam pemilihan kontrasepsi implan tertinggi pada kategori sangat tidak termotivasi.
2. Setelah dilakukan promosi kesehatan dengan media video motivasi responden dalam pemilihan kontrasepsi implan mengalami perubahan dan motivasi tertinggi pada kategori sangat tidak termotivasi.
3. Ada perbedaan motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sebelum dan sesudah diberikan promosi kesehatan media video di Desa Rembangkepuh Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

Saran

Setelah melakukan penelitian tentang perbedaan motivasi ibu dalam pemilihan kontrasepsi implan sebelum dan sesudah promosi kesehatan media video di Desa Rembangkepuh Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, peneliti menyarankan kepada :

1. Tenaga kesehatan
Melaksanakan secara rutin program promosi kesehatan tentang metode kontrasepsi implan ataupun metode kontrasepsi jangka panjang lainnya minimal dua kali dalam satu bulan sehingga dapat merangsang motivasi terhadap pemilihan kontrasepsi implan ataupun kontrasepsi jangka panjang lainnya.
2. Peneliti selanjutnya
Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut faktor-faktor

lain yang dapat mempengaruhi peningkatan motivasi, sikap dan kepercayaan seseorang seperti promosi kesehatan menggunakan media demonstrasi, flipchart, alat bantu pemilihan kontrasepsi sampai dengan terbentuknya perubahan perilaku pada seseorang tersebut terutama pada penggunaan metode kontrasepsi jangka panjang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- B. Uno, Hamzah. 2013. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Statistik Indonesia : Statistical Yearbook of Indonesia 2015*. Jakarta : BPS.
- Dinas Kesehatan Kabupaten. 2016. *Data MKJP Implan Tertinggi dan Terendah di Kabupaten Kediri*
- Farid, Monika dan Felita Anggreani. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Metode Kontrasepsi Pada Wanita Usia Subur (WUS) Di Desa Salassae Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumpa Provinsi Sulawesi Selatan". *JST Kesehatan* (online), Vol.7 No.4, (<http://pasca.unhas.ac.id> diakses tanggal 13 Juli 2018).
- Kaseuntung, Chistina, dkk. 2015. "Pengaruh Penyuluhan Kesehatan Terhadap Pengetahuan Wanita Usia Subur (WUS) Dalam Pemilihan Kontrasepsi di Desa Kalama Darat Kecamatan Tamako Kepulauan Sangihe". *ejournal Keperawatan (e-Kp) Universitas Sam Ratulangi Fakultas Kedokteran* (online), Vol.3 No.3, (www.google.co.id diakses tanggal 13 Juli 2018).
- Kemenkes. 2013. *Buletin Jendela Data dan Informasi Kesehatan*. Jakarta.

- Lasut, Veby Monica et. al. 2014. "Pengaruh Pendidikan Kesehatan Terhadap Pengetahuan PUS Tentang Alat Kontrasepsi Implan Di Wilayah Kerja Puskesmas Nuangan Bolaang Mongondow Timur". *Ejournal Keperawatan (e-Kp) Universitas Sam Ratulangi Fakultas Kedokteran* (online), (www.google.co.id diakses tanggal 13 Juli 2018).
- Nofrijal. 2013. *Pengalaman Negara-negara Asia Pasifik Dalam Menurunkan Angka Unmet Need*. Tersedia di http://theprakarsaa.org/new/http://theprakarsaa.org/new/ck_uploads/files.pdf diakses tanggal 10 Januari 2018.
- Notoadmodjo, S. 2010. *Perilaku Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta Rineka: Cipta
- Oktadinata, Sandra. 2011. "Pengaruh Penggunaan Media Audio Visual Terhadap Peningkatan Motivasi Dan Hasil Belajar Siswa Kelas XI Pada Standar Kompetensi Memerbaiki Sistem Starter Dan Pengisian Di SMK Muhammadiyah 4 Klaten Tengah". Tidak diterbitkan. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta : Yogyakarta.
- Pinem, Saroha. 2009. *Kesehatan Reproduksi dan Kontrasepsi*. Jakarta : CV. Trans Info Media
- Riskayati. 2017. "Hubungan Pengetahuan, Pendidikan, Dan Pekerjaan Terhadap Pemilihan Alat Kontrasepsi Implan Di Puskesmas Tawaeli". *JIK Akademi Kebidanan Palu* (online), Vol.11 No.2, (<http://junal.poltekkespalu.ac.id> diakses tanggal 13 juli 2018).
- Robins, 2010. *Human Resource Management. 11 th edition*. Pearson. Prentice Hall, New jersey
- Sri, Handayani. 2010. *Buku Ajar Pelayanan Keluarga Berencana*. Yogyakarta: Pustaka Rihama.
- Sudjana, D. 2007. *Ilmu Dan Aplikasi Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Syaifudin. 2010. *Buku Panduan Praktis Pelayanan Kontrasepsi*. Jakarta: Yayasan Bina Pustaka Sarwono Prawirohardjo.
- Yanuarini, Triatmi Andri et. al.. "Perbedaan Motivasi Wanita PUS Usia 35-49 Tahun untuk Menggunakan Implant Sebelum dan Setelah Diberikan Penyuluhan di Dusun Mojolegi Desa Bendo Kec. Pare". *Jurnal Ilmu Kesehatan*, (2015), Vol. 3 No. 2: 68-75.