

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a. Hasil eksplorasi model media video iklan layanan masyarakat mengenai pencegahan obesitas sebagai media Promosi Kesehatan pada remaja didapatkan hasil bahwa anak remaja lebih memahami materi melalui video seperti iklan layanan masyarakat bertemakan pendidikan kesehatan khususnya membahas mengenai penyebab obesitas dan cara pencegahan obesitas seperti pola makan dengan durasi sekitar 2-3 menit yang tidak terlalu banyak teks melainkan lebih banyak gambar dan musik/suara.
- b. Dalam prototype dilakukan dalam 2 tahap yaitu perencanaan produk awal dan pengembangan produk. Pada tahap perencanaan terdapat 3 tahapan yaitu menentukan kebutuhan dan tujuan, mengumpulkan sumber dan menghasilkan gagasan, sedangkan untuk tahap pengembangan produk terdapat 3 tahapan yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi. Pada tahap perencanaan, menentukan kebutuhan dengan wawancara menghasilkan informasi mengenai media yang digunakan di sekolah yaitu hanya berupa *Powerpoint*, *PDF*, dan *Microsoft Word*, *Youtube*, belum ada video maupun informasi terkait pencegahan obesitas. Sumber yang digunakan yaitu Pedoman Umum Gizi Seimbang “Isi Piringku “oleh Kementerian Kesehatan, Cara Mengukur

Obesitas oleh P2PTM Kemenkes RI, Panduan Pelaksanaan Gerakan Nusantara Tekan Angka Obesitas (GENTAS) Setelah sumber yang didapat lengkap kemudian peneliti menghasilkan gagasan untuk selanjutnya dikembangkan menjadi media video iklan layanan masyarakat dengan dimulai dari tahap pra produksi, dalam tahap ini mempersiapkan bahan-bahan yang akan digunakan untuk membuat video dan dilakukan produksi dengan mengambil gambar sesuai dengan properti dan *setting* tempat yang telah di tentukan. Tahap selanjutnya dalam produksi adalah melakukan penggabungan hasil video dan penambahan suara *dubbing* juga *backsound* serta teks, gambar maupun slogan pada video menggunakan aplikasi *capcut* dan dilakukan editing dan koreksi. Dan tahap pascar produksi dimana media video iklan layanan masyarakat yang sudah jadi di upload pada *Youtube* dan juga *google drive*.

c. Media video iklan layanan masyarakat mengenai pencegahan obesitas yang telah disusun selanjutnya diukur kelayakannya berdasarkan pendapat para ahli dan siswa sebagai berikut:

- 1) Ahli materi oleh dosen Poltekkes Kemenkes Bandung Dicapai dengan persentase 67%. Hal ini dapat diartikan bahwa ahli materi menyatakan bahwa materi dalam video iklan layanan masyarakat mengenai pencegahan obesitas termasuk dalam kategori layak.
- 2) Ahli media oleh dosen media Poltekkes Kemenkes Bandung yang mencapai persentase 96,36%,. Hal ini dapat diartikan bahwa media video iklan layanan masyarakat mengenai pencegahan obesitas termasuk dalam kategori layak.

- 3) Siswa kelas VIII SMP YPU Kota Bandung. Dari siswa didapatkan persentase sebesar 86,22%.. hal ini dapat diartikan bahwa media video iklan layanan masyarakat mengenai pencegahan obesitas kategori layak. Siswa tertarik dan dapat memahami materi yang disampaikan melalui media video iklan layanan masyarakat mengenai pencegahan obesitas.
- d. Terdapat peningkatan pengetahuan mengenai pencegahan obesitas dari hasil pre-test 56.62% menjadi 74.08% yang berarti terjadi peningkatan pengetahuan mengenai pencegahan obesitas. Dan hasil *uji T-Test* diketahui nilai Sig. (2-tailed) adalah sebesar  $0.000 < 0.005$  artinya ada pengaruh antara pendidikan kesehatan melalui media video iklan layanan masyarakat terhadap pencegahan obesitas pada remaja di SMP YPU.

## 5. 2 Rekomendasi

Berdasarkan simpulan diatas maka dapat direkomendasikan :

a. Bagi Remaja

Media Video Iklan Layanan Masyarakat dapat digunakan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebagai media edukasi untuk meningkatkan pengetahuan mengenai pencegahan obesitas.

b. Bagi peneliti

Bagi peneliti yang akan menggunakan video iklan layanan masyarakat untuk siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) disarankan untuk lebih banyak gambar dan suara dibandingkan tulisan dan durasi yang digunakan sekitar 2-3 menit.

c. Bagi Institusi

Guru dapat menggunakan media video iklan layanan masyarakat seperti ini untuk memberikan edukasi kepada siswa secara berkelanjutan sebagai bentuk pencegahan obesitas.