

ABSTRAK

Intrauterine Device (IUD) merupakan metode kontrasepsi jangka panjang yang efektif dan aman, namun penggunaannya di kalangan wanita usia subur (WUS) masih rendah. Rendahnya minat dan pemahaman, baik secara kognitif maupun afektif, menjadi salah satu penyebabnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengajaran melalui media video berdampak pada peningkatan minat penggunaan IUD pada WUS.

Penelitian ini dirancang sebagai pra-eksperimen yang menggunakan pendekatan satu grup pretest-posttest. Populasi penelitian adalah WUS di wilayah kerja Puskesmas Menur sebanyak 65 orang, dengan sampel 56 WUS yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Instrumen penelitian berupa video edukasi tentang IUD serta kuesioner aspek kognitif dan afektif yang diisi sebelum dan sesudah intervensi. Uji Wilcoxon Signed Rank Test digunakan untuk menganalisis data.

Hasil penelitian menunjukkan peningkatan yang signifikan pada kedua aspek. Sebelum edukasi, sebagian kecil (3,57%) responden yang memiliki pemahaman kognitif baik tentang IUD, meningkat menjadi (94,64%) setelah edukasi. Pada aspek afektif, sebelum edukasi hampir seluruh (51,79%) yang menunjukkan minat positif terhadap IUD, meningkat menjadi 100% setelahnya. Uji Wilcoxon menunjukkan nilai $p = 0,000 (<0,05)$, yang berarti terdapat perbedaan signifikan antara skor pretest dan posttest.

Kesimpulannya, edukasi menggunakan media video terbukti efektif dalam meningkatkan minat penggunaan IUD pada WUS, baik dari aspek kognitif maupun afektif. Disarankan agar media video dijadikan sebagai strategi edukatif dalam promosi kontrasepsi jangka panjang.

Kata Kunci: Minat IUD, Video Edukasi, Wanita Usia Subur

ABSTRACT

The Intrauterine Device (IUD) is a safe and effective long-term contraceptive method; however, its utilization among women of reproductive age (WRA) remains low. A lack of cognitive and affective interest and comprehension is a contributing factor. The purpose of this study was to investigate how educational video content affected WRA's growing interest in IUD use.

This study used a one-group pretest-posttest approach as part of its pre-experimental design. There were 65 WRA in the Menur Public Health Center's operational area, with 56 respondents selected through simple random sampling. The instruments used included an educational video about IUDs and questionnaires assessing cognitive and affective aspects, administered before and after the intervention. Data were analyzed using the Wilcoxon Signed Rank Test.

The results showed a significant improvement in both cognitive and affective aspects. Prior to the intervention, only 3.57% of respondents had good cognitive understanding of IUDs, which increased to 94.64% afterward. In the affective aspect, 51.79% showed positive interest before the intervention, increasing to 100% post-intervention. The Wilcoxon test showed a p-value of 0.000 (<0.05), indicating a significant difference between pretest and posttest scores.

In conclusion, education using video media was proven effective in increasing interest in IUD use among WRA in both cognitive and affective domains. It is recommended that video media be used as a strategic educational tool in promoting long-term contraceptive methods.

Keywords: IUD interest, educational video, women of reproductive age