

**EFEKTIVITAS KAMPANYE KESEHATAN TENTANG MANAJEMEN KEBERSIHAN
MENSTRUASI MENGGUNAKAN MEDIA POSTER DI SMP GIKI 2 SURABAYA****Ainun Fajriani**

Universitas Airlangga

Email Korespondensi: ainun.fajriani-2020@fkm.unair.ac.id

Disubmit: 24 April 2024

Diterima: 24 Juni 2024

Diterbitkan: 01 Juli 2024

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i7.14965>**ABSTRAK**

Manajemen Kebersihan Menstruasi (MKM) adalah pengelolaan kebersihan dan Kesehatan pada saat perempuan mengalami menstruasi. Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga Bersama dengan UNICEF bekerjasama dalam program Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM) melakukan kolaborasi dalam menjangkau anak sekolah di Kota Surabaya baik perempuan maupun laki-laki untuk memberikan informasi dan edukasi tentang MKM sebagai bentuk upaya pemberdayaan masyarakat di lingkungan sekolah. Kampanye kesehatan terkait MKM kepada anak sekolah penting dilakukan untuk memotivasi dan membentuk niat berperilaku kesehatan utamanya menjaga kebersihan diri dan reproduksi sejak dini. Penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui pembagian kuesioner. Kegiatan dilaksanakan secara offline di Sekolah Menengah Pertama (SMP) GIKI 2 Surabaya dengan metode penyuluhan dalam bentuk ceramah dilengkapi media promosi kesehatan pendukung berupa poster dan pembagian kuesioner kepada sasaran. Di dapatakn nilai persentase sebesar 68% dari jumlah 100 responden dengan menggunakan *N-Gain (Normalized Gain) score*. Berdasarkan analisis yang dilakukan, pelaksanaan pemberdayaan masyarakat pada anak sekolah menggunakan media poster dengan metode ceramah cukup efektif dalam meningkatkan pengetahuan.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Manajemen Kebersihan Menstruasi, Sekolah**ABSTRACT**

Menstrual Hygiene Management (MHM) is the management of hygiene and health when women experience menstruation. The Faculty of Public Health, Airlangga University, together with UNICEF, collaborates in the Freedom to Learn - Independent Campus (MBKM) program to collaborate in reaching school children in Surabaya, both girls and boys, to provide information and education about MHM as a form of community empowerment effort in the school environment. Community empowerment related to MHM for school children is important to motivate and form intentions for health behaviour, especially maintaining personal and reproductive hygiene from an early age. Method Quantitative research with primary data collection through questionnaires. The activity was carried out offline at GIKI 2 Surabaya Junior High School using the counseling method in the form of lectures accompanied by supporting health promotion media in the form of posters and distribution of questionnaires to targets. A percentage value of 68% was obtained from 100 respondents using the N-Gain

(Normalized Gain) score. Based on the analysis carried out, the implementation of community empowerment for school children using poster media with the lecture method is quite effective in increasing knowledge.

Keywords: Empowerment, Menstrual Hygiene Management, School

1. PENDAHULUAN

Remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa. Menurut *United Nations Children's Emergency Fund* (UNICEF) tahun 2021 terdapat 46 juta jiwa jumlah remaja (usia 10-19 tahun). Pada masa remaja banyak terjadi perubahan baik dari segi biologis, psikologis maupun sosial dimana umumnya proses pematangan fisik terjadi lebih cepat dari proses pematangan kejiwaan (Tonasih et al., 2019). Pubertas pada anak laki-laki dan perempuan menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan anak menuju dewasa. Menstruasi adalah proses meluruhnya dinding rahim yang tidak dibuahi oleh sel sperma sekaligus menjadi penanda seorang anak perempuan sudah pubertas. Anak perempuan umumnya mengalami menstruasi pertama kali (*menarche*) pada usia 10 - 15 tahun (Herawaty Purba et al., 2021). Menstruasi terjadi setiap bulan sekali dengan rata-rata siklus menstruasi yaitu 28 hari, namun bisa mengalami waktu siklus yang berbeda tergantung pada kondisi tubuh masing-masing individu.

Manajemen Kebersihan Menstruasi (MKM) adalah pengelolaan kebersihan dan kesehatan pada saat perempuan mengalami menstruasi. MKM mencakup perihal jenis pembalut, penggunaan pembalut, cara penggunaan pembalut, cara membuang pembalut, waktu yang tepat harus mengganti pembalut, serta mitos dan fakta terkait olahraga, kegiatan sehari-hari, makanan dan minuman yang boleh serta tidak boleh dikonsumsi saat menstruasi. Tidak berhenti pada MKM saja tetapi masyarakat juga perlu mengetahui mitos dan fakta seputar menstruasi, serta peran laki-laki ketika berhadapan dengan seorang perempuan yang sedang mengalami menstruasi. Perubahan perilaku kesehatan dalam MKM penting untuk diketahui baik oleh remaja putri, selain itu penting bagi remaja laki-laki untuk dapat mengetahui peran mereka di dalam menyikapinya.

Remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa. Menurut UNICEF tahun 2021 terdapat 46 juta jiwa jumlah remaja (usia 10-19 tahun). Pada masa remaja banyak terjadi perubahan baik dari segi biologis, psikologis maupun sosial dimana umumnya proses pematangan fisik terjadi lebih cepat dari proses pematangan kejiwaan (Tonasih et al., 2019). Masalah kesehatan yang sering dialami oleh remaja putri diantaranya berkaitan dengan reproduksi dan kebersihan diri. Upaya dalam mengubah perilaku remaja putri berkaitan dengan manajemen kebersihan menstruasi dapat dicapai melalui pelaksanaan promosi kesehatan.

Menurut Ottawa Charter (1986), promosi kesehatan adalah upaya memberdayakan masyarakat untuk memelihara, meningkatkan, dan melindungi kesehatan diri serta lingkungannya. Dalam pelaksanaan promosi kesehatan tidak lepas kaitannya dengan komunikasi dan media. Menurut Notoatmodjo (2015) pelaksanaan promosi kesehatan tidak dapat lepas dari media. Melalui media promosi kesehatan, pesan-pesan kesehatan disampaikan secara menarik dan mudah dipahami, sehingga sasaran dapat dengan mudah menerima pesan yang disampaikan. Pengembangan media merupakan salah satu bagian dari upaya promosi kesehatan. Melalui

pengembangan media, penyampaian pesan kesehatan dapat dilakukan secara maksimal dan mencakup secara menyeluruh kepada sasaran. Media digunakan sebagai alat komunikasi kesehatan. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh satu orang kepada orang lain (Effendy, 2005). Unsur dalam komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek umpan balik. Dalam pelaksanaan komunikasi seringkali terjadi miskomunikasi yang dapat menyebabkan salah persepsi, salah tafsir hingga salah paham. Untuk mencegah terjadinya miskomunikasi maka perlu untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif.

Merdeka Belajar - Kampus Merdeka merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi pada tahun 2020. Salah satu program dari kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka adalah hakbelajar tiga semester di luar program studi yang diharapkan akan dapat meningkatkan kompetensi lulusan, baik *soft skills* maupun *hard skills*, agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman, menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan berkepribadian. Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga mendukung program MBKM dengan merancang MBKM By Design Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga (FKM UNAIR). Salah satu aktivitas MBKM yang dirancang oleh Fakultas Kesehatan Masyarakat dilaksanakan pada semester ganjil.

Fakultas Kesehatan Masyarakat bersama dengan UNICEF bekerjasama dalam program Merdeka Belajar - Kampus Merdeka melakukan kolaborasi dalam menjangkau anak sekolah baik perempuan dan laki-laki untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang kesehatan secara umum dan kesehatan reproduksi, cara menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan. Kegiatan kunci yang terdiri dari kampanye MKM sekolah di lembaga pendidikan yang menjadi tempat sasaran dilaksanakan dengan bekerja secara tim dari multi-disiplin dan per-program studi, juga bekerja secara kolaboratif dengan puskesmas untuk mencapai target umum memberikan informasi dan meningkatkan pengetahuan terkait MKM melalui pemberdayaan.

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

a. Masalah

Remaja putri mengalami perubahan dan perkembangan secara signifikan di mulai pada saat terjadinya menarche. Perubahan dan perkembangan baik dari segi biologis dan sosiologis. Remaja putri membutuhkan dukungan fisik, moral, material dan pengetahuan dari orang sekitar. Tanpa dukungan yang cukup, seorang remaja putri mungkin tidak tahu apakah hal tersebut 'normal' atau bagaimana mengatasi permasalahan yang terkait dengan menstruasi (World Health Organization, 2003). Menstruasi masih dianggap sebagai hal yang tabu untuk dibicarakan dalam beberapa budaya di Indonesia. Persepsi masyarakat yang menganggap menstruasi sebagai sesuatu yang negatif, memalukan, kotor, atau penyakit. Pemahaman yang kurang tepat yang diperburuk dengan keterbatasan akses informasi, menyebabkan banyak perempuan dan anak perempuan tidak memiliki pengetahuan terkait manajemen kebersihan menstruasi (Wuryandari et al., 2021). Penyajian materi MKM yang tepat dapat menambah pengetahuan mereka terkait kebersihan alat kelamin dan praktik higienis saat menstruasi. Kesadaran

terhadap perilaku MKM sejak dini dapat mencegah remaja pada penyakit atau infeksi saluran reproduksi (Herawaty Purba et al., 2021).

b. Rumusan pertanyaan

- 1) Bagaimana pengetahuan remaja putri tentang manajemen kebersihan menstruasi?
- 2) Bagaimana efektivitas pemberdayaan masyarakat dengan media poster pada remaja putri?

Lokasi pelaksanaan MBKM by Design Fakultas Kesehatan Masyarakat bersama UNICEF dilaksanakan di SMP Giki 2 wilayah kerja Puskesmas Mojo, Kota Surabaya. Pelaksanaan kegiatan magang berupa pemberdayaan masyarakat dilaksanakan kurang lebih selama 10 minggu, yaitu dimulai pada tanggal 25 September 2023 hingga Desember 2023.

c. Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan kampanye manajemen kebersihan menstruasi di SMP GIKI 2, yaitu untuk menambah pengetahuan siswa dan siswi wilayah kerja Puskesmas Mojo terkait manajemen kebersihan menstruasi, anemia, dan hubungannya dengan konsumsi tablet tambah darah. Memberdayakan siswa dan siswi untuk perubahan sikap dan perilaku positif terhadap kebersihan menstruasi dan kepatuhan mengonsumsi tablet tambah darah. Serta melakukan uji terkait seberapa efektif melaksanakan promosi kesehatan dengan bantuan media kreatif poster dalam meningkatkan pengetahuan sasaran anak sekolah yang diintervensi.

3. KAJIAN PUSTAKA

Menurut WHO dalam Tumurang (2018), promosi kesehatan adalah proses mengupayakan individu-individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka dengan mengandalkan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatannya. Promosi kesehatan adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat melalui pembelajaran diri, oleh, untuk dan bersama masyarakat agar mereka dapat menolong dirinya sendiri serta mengembangkan kegiatan bersumberdaya masyarakat sesuai sosial budaya setempat dan didukung oleh kebijakan publik yang berwawasan kesehatan (Depkes RI, 2005).

Tujuan umum dari promosi kesehatan adalah meningkatkan kemampuan individu, keluarga, kelompok masyarakat untuk hidup sehat dan mengembangkan upaya kesehatan yang bersumber dari masyarakat serta terciptanya lingkungan yang kondusif untuk mendorong terbentuknya kemampuan tersebut (Tumurang, 2018). Tujuan promosi kesehatan ada tiga tingkatan yaitu tujuan program; tujuan pendidikan dan tujuan perilaku. Adapun tujuan promosi kesehatan bagi petugas, program maupun instansi kesehatan adalah untuk melakukan promosi kesehatan dalam setiap program kesehatan yang diselenggarakan, mendukung tumbuhnya gerakan hidup sehat di masyarakat, serta meningkatkan mutu layanan kesehatan yang dapat memberikan kepuasan pada masyarakat (Tumurang, 2018). Menurut Schiavo, Senlling, Susan dalam (Ifroh R., H., et al, 2019). Peran petugas promosi kesehatan dapat mempengaruhi hasil dari program promosi kesehatan yang dicanangkan.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh satu orang kepada orang lain (Effendy, 2005). Unsur dalam komunikasi yaitu

komunikator, pesan, media, komunikasi dan efek umpan balik. Dalam pelaksanaan komunikasi seringkali terjadi miskomunikasi yang dapat menyebabkan salah persepsi, salah tafsir hingga salah paham. Untuk mencegah terjadinya miskomunikasi maka perlu untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif. Komunikasi kesehatan merujuk pada pertukaran informasi dan interaksi antara penyedia layanan kesehatan, pasien, dan masyarakat untuk memfasilitasi pemahaman dan pengambilan keputusan yang tepat terkait kesehatan. Komunikasi kesehatan yang efektif memiliki peran penting dalam mencapai tujuan-tujuan seperti peningkatan kesadaran kesehatan, pencegahan penyakit, promosi gaya hidup sehat, pemahaman diagnosis dan pengobatan, serta peningkatan kepatuhan terhadap pengobatan. Menurut Rasmuson dkk. (1988) dalam Hasanuddin (2022), komunikasi kesehatan adalah usaha sistematis untuk mempengaruhi perilaku kesehatan penduduk besar jumlahnya dengan menggunakan prinsip dan metode komunikasi massa, desain instruksional, pemasaran sosial, analisis perilaku, dan antropologi kesehatan. Dengan meningkatkan perhatian pada pemeliharaan kesehatan dasar, teknologi kesehatan, kampanye massa, komunikasi pembangunan, prinsip pemasaran sosial dan analisis perilaku berkontribusi terhadap perkembangan komunikasi kesehatan masyarakat.

Meningkatkan efektivitas komunikasi kesehatan kepada sasaran dapat dilakukan dengan bantuan penggunaan media kreatif. Media memiliki berbagai jenis salah satunya, yaitu media desain komunikasi visual. Media desain komunikasi visual pada umumnya tercipta sebagai media komunikasi dari olah visual gambar (ilustrasi), warna, huruf, dan layout yang terkemas dalam bentuk media visual cetak, digital, maupun audio visual (Purwadi et al., 2019a). Media visual yang banyak digunakan untuk promosi Kesehatan adalah poster (Andriyani et al., 2021). Poster merupakan media informasi berbentuk kertas yang terdapat gambar, warna, dan tulisan yang menarik perhatian pembacanya. Desain poster yang akan digunakan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang menjadi tujuan. Poster adalah media publikasi yang berfungsi menyampaikan suatu tujuan, maksud atau gagasan tertentu dengan inovasi sehingga menarik perhatian untuk melihatnya (Febriawati et al., 2022).

Penelitian sebelumnya tentang penggunaan media poster sebagai Upaya pencegahan dan pengendalian hipertensi pada masyarakat Margomulyo dengan tujuan meningkatkan pengetahuan sasaran, didapatkan bahwa terdapat perbedaan pengetahuan antara sebelum dan sesudah sasaran mendapatkan intervensi (Andriyani et al., 2021). Penelitian serupa yang menggunakan media poster online untuk mengedukasi masyarakat terkait kesehatan pada masa pandemi covid 19 menunjukkan bahwa penggunaan media dalam menunjang penyebaran dan penyampaian informasi kepada masyarakat terbukti cukup efektif untuk dilakukan, edukasi menggunakan media dinilai dapat mempengaruhi perilaku dan pengetahuan masyarakat (Zulfa, F., et al., 2020). Berdasarkan kajian diatas maka peneliti menetapkan untuk menggunakan media poster kreatif sebagai penunjang dalam melaksanakan intervensi manajemen kebersihan menstruasi di sekolah.

Poster yang digunakan ditetapkan berdasarkan hasil keputusan bersama antara peneliti, dosen pembimbing, pihak puskesmas, pihak sekolah, dan pihak UNICEF. Dalam proses perancangan media, setiap perancang/desainer harus memperhatikan unsur-unsur dan nilai-nilai yang terkandung dalam bidang keilmuan desain komunikasi visual, karena apabila

sebuah media dirancang tidak memperhatikan unsur dan nilai tersebut, maka pesan yang ingin disampaikan menjadi tidak tepat sasaran (Yulius & Pratama Putra, 2021). Salah satu faktor yang sangat penting dalam proses perancangan untuk membuat pembaca tertarik dan paham dengan pesan yang akan disampaikan dalam poster adalah warna dan pemilihan font tulisan. Menurut Gautama warna merupakan salah satu penyusun sebuah desain yang penting dalam menentukan respon dari seseorang, dimana warna tersebut akan memberikan kesan dan identitas tertentu kepada yang melihatnya (Gautama et al., 2019). Dalam pemilihan warna, font huruf dan karakter dari poster hendaknya dibuat kontras agar mudah dibaca, sehingga menekankan pesan pada poster secara khusus.

Evaluasi program promosi kesehatan penting dilakukan untuk memastikan keberhasilan dari intervensi yang sudah dilaksanakan. Adapun tujuan dalam kegiatan ini yaitu untuk mengukur efektifitas pelaksanaan kampanye manajemen kebersihan menstruasi menggunakan poster kreatif di SMP GIKI 2. Penelitian sebelumnya terkait efektifitas media promosi kesehatan di sekolah terhadap pengetahuan dan sikap terhadap rokok menggunakan *N-Gain score* didapatkan hasil jika menggunakan media elektronik dianggap efektif untuk digunakan dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap siswa (Purwadi et al., 2019). Selanjutnya penelitian serupa berkaitan dengan pengaruh media pembelajaran terhadap hasil belajar siswa dengan analisis data menggunakan *N-Gain score* diketahui bahwa terdapat perbedaan skor antara sebelum dan sesudah penggunaan media sehingga hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh penggunaan media pembelajaran terhadap hasil belajar siswa (Kolopita et al., 2022). Berdasarkan kajian tersebut maka peneliti memutuskan untuk melakukan evaluasi pelaksanaan intervensi dengan mengukur efektifitas pelaksanaan intervensi.

4. METODE

- a. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu penyuluhan berbentuk ceramah dengan dilengkapi media poster kreatif tentang MKM. Dalam mengukur efektifitas pelaksanaan intervensi kampanye MKM dilakukan dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* sasaran dengan menggunakan *N-Gain (Normalized Gain) score*. *N-Gain (Normalized Gain) score* adalah suatu metode untuk mengukur peningkatan pemahaman atau pencapaian siswa/siswi setelah mengikuti suatu program atau intervensi pembelajaran. *N-Gain score* dihitung dengan membandingkan skor awal atau *pre-test* (sebelum intervensi) dan skor akhir atau *post-test* (setelah intervensi) siswa/siswi.
- b. Responden dalam penelitian yaitu remaja perempuan SMP GIKI 2 kelas VII, VIII, dan IX sebanyak 100 orang.
- c. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan:
 - 1) Melakukan *pre-test* mengenai manajemen kebersihan menstruasi
 - 2) Melakukan penyuluhan mengenai manajemen kebersihan menstruasi
 - 3) Melakukan kuis berhadiah mengenai manajemen kebersihan menstruasi
 - 4) Melakukan *post-test* mengenai manajemen kebersihan menstruasi

5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Pre-test dan *post-test* berupa lembar kuesioner dengan jumlah 25 soal dengan rincian 9 soal kuesioner pengetahuan (Benar/Salah), 8 soal kuesioner sikap (Setuju-Tidak Setuju), dan 8 soal kuesioner tindakan (Pernah-Tidak Pernah). Cara penilaian, yaitu jika jawaban benar mendapat skor 4 dan salah mendapat skor 0. Skor ideal adalah 100 yang didapatkan dari jumlah soal 24 dikali dengan jawaban benar skor 4. Berdasarkan hasil pretest diketahui bahwa sebanyak 28 responden memiliki nilai dibawah 75 dengan nilai rata-rata 58,9 sedangkan setelah mendapatkan edukasi melalui kampanye yang dilakukan responden memiliki nilai diatas 70 dengan rata-rata 87,2.



Gambar 1. Pelaksanaan Kampanye Manajemen Menstruasi

b. Pembahasan

Dalam mengukur efektivitas pelaksanaan intervensi kampanye MKM dilakukan *dengan* membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* sasaran dengan menggunakan *N-Gain (Normalized Gain) score*. *N-Gain (Normalized Gain) score* adalah suatu metode untuk mengukur peningkatan pemahaman atau pencapaian siswa/siswi setelah mengikuti suatu program atau intervensi pembelajaran. *N-Gain score* dihitung dengan membandingkan skor awal atau *pre-test* (sebelum intervensi) dan skor akhir atau *post-test* (setelah intervensi) siswa/siswi. Menurut Latif dalam Kolopita rumus *N-Gain score* adalah sebagai berikut (Kolopita et al., 2022):

$$N - Gain\ score = \frac{\text{Skor posttest} - \text{Skor pretest}}{\text{Skor maksimal} - \text{Skor pretest}}$$

Kategori atau tafsiran dari nilai N Gain Score dapat menggunakan nilai N Gain langsung atau dalam bentuk presentase (Farell et al., 2021):

Tabel 1. Pembagian Skor N-Gain

Nilai N-Gain	Kategori
$g > 0,7$	Tinggi
$0,3 \leq g \leq 0,7$	Sedang
$g < 0,3$	Rendah

Tabel 2. Kategori Efektifitas N-Gain (Presentase)

Persentase (%)	Tafsiran
>76	Efektif
56-75	Cukup Efektif
40-55	Kurang Efektif
<40	Tidak Efektif

Jumlah sasaran yang intervensi di SMP GIKI 2 Surabaya yaitu sebanyak 100 responden yang terdiri atas siswi kelas VII, VIII, dan IX. Berdasarkan hasil persentase efektifitas pelaksanaan kampanye MKM dengan membandingkan *nilai Pre-Test* dan *Post-Test* menggunakan *N-Gain (Normalized Gain) score* yaitu sebesar 68% yang berarti bahwa intervensi yang dilakukan cukup efektif. Diketahui nilai rata-rata pre-test dari responden sebesar 58,92 sedangkan nilai rata-rata post-test didapatkan sebesar 87,2. Berdasarkan kategori pembagian skor N-Gain responden dibagi menjadi tiga kelompok Dimana sebanyak 64 responden (64%) kategori tinggi, 30 responden (30%) kategori sedang dan 6 responden (6%) kategori rendah dalam peningkatan pemahaman setelah dianalisis perbandingan nilai *Pre-Test* (kondisi awal) dan *Post-Test* (kondisi setelah diintervensi).

Tabel 3. Nilai Prettest dan Posttest

No	Nilai		Skor N-Gain	Kategori
	Pretest	Posttest		
1	74	88	0,840909	sedang
2	54	88	0,613636	sedang
3	64	84	0,761905	sedang
4	72	92	0,782609	rendah
5	44	88	0,5	sedang
6	54	80	0,675	sedang
7	60	84	0,714286	sedang
8	70	92	0,76087	rendah
9	56	92	0,608696	sedang

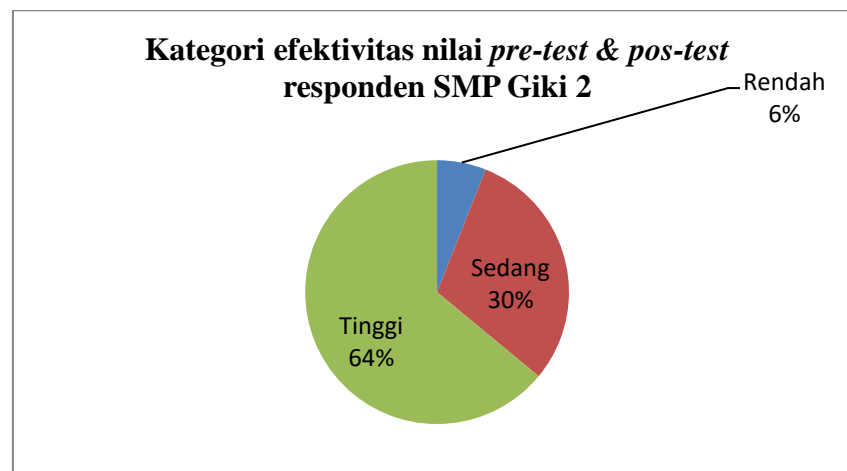
10	68	96	0,708333	sedang
11	72	96	0,75	sedang
12	56	80	0,7	sedang
13	56	72	0,777778	sedang
14	56	80	0,7	sedang
15	40	84	0,47619	tinggi
16	36	84	0,428571	tinggi
17	44	92	0,478261	sedang
18	64	88	0,727273	sedang
19	64	88	0,727273	sedang
20	56	76	0,736842	sedang
21	72	88	0,818182	sedang
22	44	72	0,611111	sedang
23	44	72	0,611111	sedang
24	56	84	0,666667	sedang
25	68	76	0,894737	rendah
26	72	84	0,857143	sedang
27	68	84	0,809524	sedang
28	68	80	0,85	sedang
29	64	84	0,761905	tinggi
30	60	92	0,652174	sedang
31	72	88	0,818182	tinggi
32	56	72	0,777778	tinggi
33	64	96	0,666667	sedang
34	56	84	0,666667	sedang
35	72	92	0,782609	tinggi
36	56	88	0,636364	sedang
37	72	92	0,782609	tinggi
38	72	92	0,782609	tinggi
39	72	100	0,72	tinggi
40	72	92	0,782609	tinggi
41	64	88	0,727273	tinggi
42	60	92	0,652174	sedang
43	72	88	0,818182	tinggi
44	40	88	0,454545	sedang
45	44	80	0,55	sedang
46	60	84	0,714286	tinggi
47	72	92	0,782609	tinggi
48	56	72	0,777778	tinggi
49	56	72	0,777778	tinggi
50	56	88	0,636364	sedang
51	72	88	0,818182	tinggi
52	64	88	0,727273	tinggi

53	60	84	0,714286	tinggi
54	72	84	0,857143	tinggi
55	56	84	0,666667	sedang
56	44	84	0,52381	sedang
57	56	92	0,608696	sedang
58	60	88	0,681818	sedang
59	72	80	0,9	rendah
60	68	84	0,809524	tinggi
61	40	92	0,434783	sedang
62	40	92	0,434783	sedang
63	60	100	0,6	sedang
64	72	100	0,72	tinggi
65	56	92	0,608696	sedang
66	72	88	0,818182	tinggi
67	56	92	0,608696	sedang
68	44	92	0,478261	sedang
69	44	84	0,52381	sedang
70	44	92	0,478261	sedang
71	44	88	0,5	sedang
72	44	88	0,5	sedang
73	72	100	0,72	tinggi
74	60	92	0,652174	sedang
75	60	88	0,681818	sedang
76	56	80	0,7	tinggi
77	36	84	0,428571	sedang
78	72	92	0,782609	tinggi
79	56	84	0,666667	sedang
80	44	92	0,478261	sedang
81	56	88	0,636364	sedang
82	56	100	0,56	sedang
83	56	84	0,666667	sedang
84	56	84	0,666667	sedang
85	72	100	0,72	tinggi
86	64	84	0,761905	tinggi
87	56	92	0,608696	sedang
88	56	88	0,636364	sedang
89	60	80	0,75	tinggi
90	72	100	0,72	tinggi
91	56	84	0,666667	sedang
92	64	88	0,727273	sedang
93	44	88	0,5	sedang
94	44	84	0,52381	sedang
95	72	92	0,782609	rendah

96	56	88	0,636364	sedang
97	60	80	0,75	sedang
98	60	84	0,714286	sedang
99	60	92	0,652174	rendah
100	56	92	0,608696	sedang

Tabel 4. Nilai N-Gain 100 Responden Kelas VII, VIII, Dan IX

Nilai N-Gain	Jumlah
$g > 0,7$	64
$0,3 \geq g \geq 0,7$	30
$g < 0,3$	6



Gambar 2. Diagram Lingkaran Kategori Efektifitas Nilai N-Gain

6. KESIMPULAN

Pengetahuan siswa dan siswi sebelum dilakukan kampanye digolongkan rendah karena nilai rata-rata *pre-test* yang rendah. Pelaksanaan magang bersama UNICEF Kota Surabaya dengan melaksanakan intervensi berupa kampanye manajemen kebersihan menstruasi pada remaja putri dan mengedukasi sudah berjalan dengan baik. Proses pelaksanaan dalam penelitian yang sudah terlaksana tidak luput dari bantuan pihak-pihak Puskesmas Mojo, pihak sekolah yang menjadi tempat intervensi, teman-teman kelompok 2 magang MBKM, dosen pembimbing, serta pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disampaikan satu persatu. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa informasi terkait manajemen kebersihan menstruasi masih belum banyak diketahui oleh sasaran, mereka cenderung melakukan perilaku di dorong dari pengetahuan yang mereka dapatkan dari lingkungan sosial sekitar seperti ibu dirumah, guru disekolah dan teman sebaya. Pemberian penyuluhan dengan metode ceramah dilengkapi poster kreatif dinilai cukup efektif dilakukan berdasarkan hasil dari nilai persentase yang di dapat, juga bisa dilihat dari kenaikan nilai rata-rata *post-test* yang telah dilaksanakan. Selanjutnya berdasarkan hasil dari kegiatan yang telah berhasil dilaksanakan, sekolah sebagai lingkungan masyarakat bidang pendidikan diharapkan dapat melakukan langkah-langkah dalam upaya perbaikan

dengan merancang lingkungan yang mendukung dalam memfasilitasi kebutuhan masyarakat sekolah terkait kebersihan dan kesehatan masyarakat. Sekolah juga dapat bekerjasama dengan Puskesmas Mojo dapat mengembangkan kebijakan publik tentang kesehatan dengan mengembangkan potensi siswa/siswi dalam ekstrakurikuler.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, S., Adilah, F., Mawardah, R., Indah Nursyifa, R., Raja Pangestu, M., Uning, D., Ngisom, M., Estu Werdani, K., Studi Kesehatan Masyarakat, P., Ilmu Kesehatan, F., Muhammadiyah Surakarta Jl Yani, U. A., & Sukoharjo, K. (2021). *Promosi Kesehatan Pada Masyarakat Kelurahan Margomulyo Usia Produktif Dengan Media Leaflet Dan Poster Sebagai Upaya Pencegahan Dan Pengendalian Hipertensi*.
- Farell, G., Ambiyar, A., Simatupang, W., Giatman, M., & Syahril, S. (2021). Analisis Efektivitas Pembelajaran Daring Pada Smk Dengan Metode Asynchronous Dan Synchronous. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(4), 1185-1190. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i4.521>
- Febriawati, H., Efrianti, D., Yanuarti, R., Oktarianita, O., & Angraini, W. (2022). Pengembangan Poster Sebagai Media Promosi Pencegahan Covid-19. *Jurnal Kesmas Asclepius*, 4(2), 42-51. <https://doi.org/10.31539/jka.v4i2.4183>
- Gautama, N. M., Santosa, H., & Swandi, W. (2019). Pemanfaatan Warna Pada Poster Buku Cerita Bergambar Sejarah Pura Pulaki. *Desain*, 7(1), 71-84. <https://doi.org/10.30998/jurnal Desain.v7i1.3833>
- Hasanuddin, Asni. 2022. *Buku Ajar Komunikasi Kesehatan*. Sumedang: Cv. Mega Press Nusantara
- Herawaty Purba, N., Fariningsih, E., Devi Oktavia, L., Safitri, M., & Awal Bros Batam, Stik. (2021). *Manajemen Kebersihan Menstruasi (Mkm) Pada Remaja Sebagai Penerapan Prilaku Menjaga Kebersihan Diri Dan Lingkungan*. 5(2). <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4111>
- Ifroh, R. H., Susanti, R., Permana, L., & Noviasy, R. (2019). Peran Petugas Promosi Kesehatan Dalam Penggunaan Audiovisual Sebagai Media Komunikasi Informasi Dan Edukasi. *Ilmu Kesehatan*, 7(2), 281-289.
- Jatmika, Septian Emma Dwi, Dkk. 2019. *Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Kolopita, C. P., Katili, M. R., Mohammad, R., & Yassin, T. (2022). *Inverted: Journal Of Information Technology Education Pengaruh Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Komputer Dan Jaringan Dasar* (Vol. 2, Issue 1). <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/inverted>
- Notoatmodjo, (2015). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pimpinan Pusat Muslimat Nu Dan Unicef-Indonesia. 2020. *Manajemen Kebersihan Menstruasi Dan Pencegahan Perkawinan Anak*. Jakarta Selatan: Muslimat Nu.
- Purwadi, H. N., Setiaji, B., Maryam, M. S., Tinggi, S., Kesehatan Banten, I., Kesehatan, P. P., & Kesehatan, K. (2019a). Efektifitas Media Promosi Kesehatan Di Sekolah Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Tentang Merokok Pada Siswa Kelas Vii Di Sltip N 13 Kota Tangerang. In *Jurnal Kesehatan Indra Husada* (Vol. 7).

- Purwadi, H. N., Setiaji, B., Maryam, M. S., Tinggi, S., Kesehatan Banten, I., Kesehatan, P. P., & Kesehatan, K. (2019b). Efektifitas Media Promosi Kesehatan Di Sekolah Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Tentang Merokok Pada Siswa Kelas Vii Di Sltip N 13 Kota Tangerang. In *Jurnal Kesehatan Indra Husada* (Vol. 7).
- Tumurang, Marjes N. 2018. *Promosi Kesehatan*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Tonasih, T., Rahmatika, S. D., & Irawan, A. (2019). Efektifitas Pemberian Tablet Tambah Darah Pada Remaja Terhadap Peningkatan Hemoglobin (Hb) Di Stikes Muhammadiyah Cirebon. *Jurnal Smart Kebidanan*, 6(2), 106. <https://doi.org/10.34310/Sjkb.V6i2.292>
- World Health Organization (2003) 'Adolescent Friendly Health Services'. Switzerland: Departement Of Child And Adolescent Health And Development, Who Geneva.
- Wuryandari, A. G., Sari, L. A., & Herawati, N. (2021). Manajemen Kebersihan Menstruasi Pada Siswi Sma It Nurul Ilmi Di Kota Jambi. *Jurnal Abdimas Kesehatan (Jak)*, 3(1), 110. <https://doi.org/10.36565/Jak.V3i1.197>
- Yulius, Y., & Pratama Putra, M. E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Seni Desain Dan Budaya Volume*, 6(2), 111-116.
- Zulfa, F., & Kusuma, H. (2020). Upaya Program Balai Edukasi Corona Berbasis Media Komunikasi Dalam Pencegahan Penyebaran Covid-19. *Abdimas Kesehatan Perintis*, 2(1), 17-24.
- _____. 1986. *The Ottawa Charter For Health Promotion*. Who. Ottawa