

PENGARUH PROMOSI KESEHATAN MELALUI MEDIA VIDEO TERHADAP PEMANFAATAN TANAMAN OBAT KELUARGA (TOGA) PADA PASIEN PENYAKIT JANTUNG

*The Effect of Health Promotion Through Video Media on
The Utilization Of Family Medical Plans (Toga) In Heart Disease*

**Rosita Ginting¹, Irmayani², Sri Melda Br Bangun³, Anggi Isnani
Parinduri⁴, Luci Riani Br Ginting⁵, Rosady Resmy Mintauly Sibarani⁶**

Institut Kesehatan Medistra Lubuk Pakam

Jl. Sudirman No.38 Lubuk Pakam Kec. Lubuk Pakam Kab. Deli Serdang
Sumatera Utara

Email: rositaginting25@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.35451/jkg.v6i2.2138>

Abstrak

Penyakit jantung diakui secara global sebagai penyebab utama kematian, menuntut strategi pencegahan inovatif untuk mengurangi risiko penyakit jantung. Salah satu pendekatan yang menjanjikan adalah penggunaan Tanaman Obat Keluarga (TOGA), yang menawarkan alternatif pengobatan untuk melawan penyakit ini. Dalam konteks promosi kesehatan, media, khususnya video, telah muncul sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong adopsi praktik kesehatan yang lebih baik. Studi ini dilakukan pada salah satu rumah sakit yang terdapat di Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang, memfokuskan pada pengaruh promosi kesehatan melalui video terhadap penggunaan TOGA oleh pasien penyakit jantung. Menggunakan desain Pre Eksperimental One Group Pre-test dan Post-test, penelitian ini melibatkan 38 pasien penyakit jantung yang dipilih melalui purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji *paired sample t-test*, menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemanfaatan TOGA pasca dilakukan promosi kesehatan melalui media video, dengan rata-rata skor meningkat dari 13,97 menjadi 17,42. Hasil temuan penelitian menunjukkan

nilai $p = 0,000$ yang menegaskan bahwa promosi kesehatan melalui media video berdampak positif terhadap penggunaan TOGA di kalangan pasien penyakit jantung. Ini menunjukkan bahwa video, sebagai alat informasi kesehatan, memiliki potensi besar untuk meningkatkan penerimaan dan implementasi TOGA tidak hanya di antara pasien penyakit jantung tetapi juga dalam masyarakat luas, menawarkan sebuah strategi yang efektif dan dapat diakses untuk mendukung kesehatan jantung.

Kata Kunci: Promosi Kesehatan; Media Video; Tanaman Obat Keluarga (TOGA); Penyakit Jantung

Abstract

Heart disease is recognized globally as a leading cause of death, demanding innovative prevention strategies to reduce the risk of heart disease. One promising approach is the use of Family Medicinal Plants (TOGA), which offers an alternative treatment to combat this disease. In the context of health promotion, media, particularly video, has emerged as an effective tool for raising awareness and encouraging the adoption of better health practices. This study was conducted at one of the hospitals in Lubuk Pakam, Deli Serdang Regency focused on the influence of health promotion via video on the use of TOGA by heart disease patients. Using a Pre-Experimental One Group Pre-test and Post-test design, this study involved 38 heart disease patients selected through purposive sampling. Data analysis was carried out using a paired sample t-test, showing a significant increase in the use of TOGA after health promotion through video media, with the average score increasing from 13.97 to 17.42. The research findings show a p value = 0.000 which confirms that health promotion through video media has a positive impact on the use of TOGA among heart disease patients. This suggests that video, as a health information tool, has great potential to increase acceptance and implementation of TOGA not only among heart disease patients but also in the wider community, offering an effective and accessible strategy to support heart health.

Keywords : Health Promotion; Vide; Medicinal Plants;

Family Medicinal Plants (TOGA); Heart Disease

1. PENDAHULUAN

Penyakit jantung tetap menjadi penyebab utama kematian di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, karena gangguan fungsi jantung yang tidak dapat memompa darah dan oksigen secara efisien. Kondisi ini sering kali disebabkan oleh melemahnya otot jantung atau adanya komunikasi abnormal antara serambi kiri dan kanan jantung, yang mengakibatkan pencampuran darah oksigenasi dengan darah yang belum teroksigenasi. Menurut data dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), lebih dari 17 juta orang meninggal akibat penyakit jantung setiap tahun. Pada tahun 2020, penyakit ini berkontribusi sekitar 25% dari total kematian, dengan 1,8 juta kasus tercatat. Di Indonesia, penyakit jantung merupakan penyebab kematian terbesar, dengan 12,9% kematian pada tahun 2018, berdasarkan Survei Sample Registration System dan memiliki prevalensi sebesar 1,5% menurut Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2019. Dengan biaya pengobatan mencapai Rp 7,7 triliun, penyakit jantung juga menjadi beban terberat bagi BPJS Kesehatan (Maulana, 2017).

Sebagai respons, pengobatan non-farmakologis melalui penggunaan herbal, khususnya Tanaman Obat Keluarga (TOGA), telah menjadi strategi penting dalam pencegahan penyakit jantung. TOGA, yang merupakan tanaman

berpotensi obat yang ditanam di pekarangan rumah, telah lama diakui atas manfaatnya dalam menjaga kesehatan dan mengatasi penyakit jantung. Peraturan Pemerintah Nomor 103 Tahun 2014 tentang Pelayanan Kesehatan Tradisional, dalam pasal 70, mendorong masyarakat untuk memanfaatkan TOGA secara mandiri dan tepat sebagai langkah promotif dan preventif dalam kesehatan (Harjono, 2017).

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Kesehatan, secara konsisten mendorong kampanye penyuluhan mengenai Tanaman Obat Keluarga (TOGA) dengan tujuan untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam menanam serta memanfaatkan tanaman obat. Penyuluhan dilakukan melalui berbagai metode, di antaranya melibatkan peran media dalam mengedukasi masyarakat mengenai kesehatan jantung. Salah satu bentuk media yang sangat penting dalam konteks ini adalah media audiovisual, seperti video. Media audiovisual adalah alat komunikasi yang menggabungkan unsur gambar dan suara untuk menyampaikan pesan atau pendidikan kepada masyarakat secara luas, sesuai

dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayuni pada tahun 2021.

Studi yang dilakukan oleh Rido Pebri Pratama pada tahun 2017 menegaskan bahwa promosi kesehatan menggunakan media video, terutama dalam konteks informasi tentang NAPZA (Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif lainnya), memiliki dampak yang lebih signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dibandingkan dengan penggunaan media cetak seperti leaflet. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media audiovisual, seperti video, memiliki potensi besar untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, termasuk pasien, terhadap informasi kesehatan, termasuk informasi tentang TOGA dan kesehatan jantung.

Sebuah studi awal yang dilaksanakan di sebuah rumah sakit di Wilayah Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang menunjukkan bahwa penyakit jantung termasuk dalam sepuluh penyakit dengan jumlah kunjungan pasien terbanyak, baik rawat jalan maupun rawat inap. Pada bulan Januari 2023, tercatat 208 pasien menjalani perawatan di unit Kardiologi. Dari observasi yang telah dilakukan mengungkapkan bahwa upaya promosi kesehatan yang dilakukan melalui distribusi *leaflet* belum sepenuhnya berhasil dalam menginspirasi pasien jantung untuk mengadopsi langkah-langkah kesehatan preventif dan promotif. Hal ini terindikasi dari meningkatnya

jumlah pasien jantung dari waktu ke waktu di rumah sakit tersebut.

Dalam rangka meningkatkan efektivitas upaya promosi kesehatan, peneliti mempertimbangkan penggunaan video sebagai medium alternatif dengan harapan dapat meningkatkan pemahaman pasien tentang pentingnya kesehatan jantung dan penggunaan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) sebagai pendukung terapi. Dari wawancara yang dilakukan, terungkap bahwa mayoritas pasien, yakni sekitar 80%, belum memanfaatkan tanaman obat atau herbal ketika mengalami gejala penyakit, memilih untuk langsung mencari perawatan medis di rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi media video dalam mengubah persepsi dan perilaku pasien terkait dengan penggunaan TOGA untuk kesehatan jantung, mengingat penggunaan tanaman obat keluarga belum dimaksimalkan oleh pasien yang berobat di Rumah Sakit Grandmed.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi pre-eksperimental dengan desain One Group Pretest-Posttest, yang dilaksanakan di sebuah rumah sakit yang berlokasi di Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang. Populasi studi ini mencakup semua pasien jantung yang menerima perawatan

rawat jalan di rumah sakit tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel, studi ini mengadopsi formula yang dikembangkan oleh Lemeshow. Dengan menerapkan teknik purposive sampling, penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 38 responden. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan alat tulis, smartphone, dan lembar kuesioner sebagai instrumen utama. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan uji paired sample t-test, yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dalam studi ini.

3. HASIL

Tabel 1. Rerata Pemanfaatan TOGA sebelum dan sesudah diberikan Promosi Kesehatan Melalui Media Video

Variabel	Mean	Standar deviasi	Min-Max
Pemanfaatan TOGA (Pre test)	13,97	1,461	11-17
Pemanfaatan TOGA (Pos test)	17,42	1,734	14-20

Tabel 1 memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan dalam pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) oleh responden, yang menandakan penggunaannya sudah dalam kondisi baik. Sebelum intervensi dilaksanakan, rata-rata penggunaan TOGA oleh responden adalah 13,97, dengan variasi data (standar deviasi) sebesar 1,461 dan nilai minimal dan maksimal berturut-turut adalah 11 dan 17.

Variabel	Mean	n	Standar Deviasi	p.valu
Pre test	13,97	38	1,461	0,000
Pos test	17,42	38	1,734	

Setelah intervensi, tercatat adanya peningkatan rata-rata pemanfaatan TOGA menjadi 17,42, dengan standar deviasi meningkat menjadi 1,734 dan rentang nilai dari minimal 14 hingga maksimal 20.

Tabel 2. Pengaruh Promosi Kesehatan Melalui Media Video Terhadap Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga

Tabel 2 mengungkapkan bahwa promosi kesehatan yang dilakukan melalui media video memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penggunaan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) di kalangan pasien penyakit jantung. Hal ini dibuktikan dengan nilai p yang didapatkan yaitu 0,000, yang jauh lebih rendah dari ambang batas 0,05 pada tingkat kepercayaan 95%. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kampanye promosi kesehatan melalui video dengan peningkatan pemanfaatan TOGA oleh pasien penyakit jantung.

4. PEMBAHASAN

Pemanfaatan TOGA Pada Pasien Jantung Sebelum Diberikan Promosi Kesehatan Melalui Video

Sebelum penerapan promosi kesehatan menggunakan media video, ditemukan bahwa mayoritas pasien penyakit jantung, sebanyak 24 orang (63,2%), belum mengutilisasi Tanaman Obat Keluarga (TOGA). Analisis menunjukkan nilai rata-rata pemanfaatan TOGA adalah 13,97, dengan standar deviasi sebesar 1,461, dan nilai tertinggi dan terendah berturut-turut adalah 17 dan 11. Hal ini mungkin disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan minat pasien terhadap TOGA serta penggunaannya yang belum maksimal sebagai alternatif pengobatan herbal. Banyak masyarakat memandang TOGA hanya sebagai estetika pekarangan atau bahan dapur, tanpa menyadari manfaat kesehatannya yang luas (Seska Sinta Sagai, 2021). Tradisi penggunaan tanaman obat telah ada sejak lama dan dianggap efektif, namun perkembangan teknologi dan kecenderungan masyarakat memilih obat kimia telah mengurangi pemanfaatan tanaman obat di Indonesia (Ridwan, 2017).

Penelitian Mawarti (2018) mengungkapkan bahwa alasan masyarakat kurang memanfaatkan tanaman obat antara lain karena efeknya yang dirasakan lebih lambat dibanding obat kimia, dianggap sebagai metode pengobatan tradisional yang kuno, dan secara bertahap telah ditinggalkan. Selain itu,

dukungan keluarga sangat penting untuk meningkatkan penggunaan tanaman obat dalam pencegahan dan pengobatan penyakit serta pemeliharaan kesehatan, mengingat peran keluarga dalam mengubah perilaku anggotanya. Menurut penelitian Verend (2022), informasi tentang TOGA bisa diperoleh dari berbagai sumber termasuk media sosial, cetak, dan rekomendasi dari orang lain atau anggota keluarga. Ini mendukung temuan Rahmat (2020, dalam Verend 2022) bahwa masyarakat mendapatkan informasi tentang TOGA melalui majalah, radio, surat kabar, televisi, dan media sosial, di mana tanaman obat diracik menjadi ramuan. Media video kini telah menjadi salah satu sumber informasi kesehatan yang penting dalam kehidupan masyarakat modern, memberikan kesempatan bagi orang untuk mendapatkan pengetahuan khususnya terkait kesehatan.

Pemanfaatan TOGA Pada Pasien Jantung Sesudah Diberikan Promosi Kesehatan Melalui Video

Setelah dilakukan promosi kesehatan melalui media video, penelitian menemukan bahwa sebagian besar pasien penyakit jantung, sebanyak 34 orang (89,5%), telah mulai memanfaatkan Tanaman Obat Keluarga (TOGA).

Analisis menunjukkan bahwa rata-rata pemanfaatan TOGA setelah promosi kesehatan melalui media video adalah 17,42, dengan standar deviasi sebesar 1,734. Skor tertinggi adalah 20 dan skor terendah adalah 14. Terdapat asumsi dari peneliti bahwa peningkatan pemanfaatan TOGA setelah promosi kesehatan melalui media video disebabkan oleh informasi yang disampaikan melalui video, yang mampu mengoptimalkan pemahaman dan minat pasien terhadap penggunaan TOGA untuk pencegahan dan pengobatan penyakit jantung serta pemeliharaan kesehatan jantung. Video-memberikan informasi kesehatan secara komprehensif, memungkinkan pasien untuk memahami dengan baik dan mendorong mereka untuk lebih aktif dalam upaya pencegahan dan pengobatan penyakit jantung serta pemeliharaan kesehatan jantung.

Promosi kesehatan melalui media video memiliki dampak positif pada peningkatan pemanfaatan TOGA pada pasien penyakit jantung, sesuai dengan teori kerucut Edgar Dale yang menyatakan bahwa media video memberikan pengalaman langsung kepada penonton. Video yang disediakan kepada pasien mencakup informasi penting tentang penyakit jantung, tanda dan gejala, faktor risiko, pencegahan, serta manfaat dan cara penggunaan TOGA sebagai obat herbal. Namun, penting untuk diingat bahwa sebelum mengkonsumsi TOGA, pasien harus berkonsultasi terlebih dahulu dengan

dokter untuk menghindari dampak yang mungkin berbahaya.

Proses pemberian informasi melalui video juga membantu memperjelas langkah-langkah dalam memanfaatkan TOGA untuk kesehatan jantung, memberikan pengalaman langsung kepada pasien, dan memungkinkan mereka untuk menonton video berkali-kali. Tindak lanjut yang rutin terhadap pasien untuk memastikan penggunaan TOGA yang konsisten juga merupakan strategi penting untuk menjaga minat pasien terhadap manfaat TOGA dalam pencegahan dan pengobatan penyakit jantung. Pengalaman positif pasien setelah menggunakan TOGA, seperti mengurangi gejala penyakit dan konsistensi dalam penggunaan sesuai anjuran dokter, juga akan meningkatkan minat pasien terhadap penggunaan TOGA untuk kesehatan jantung.

Pengaruh Promosi Kesehatan Melalui Media Video Terhadap Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga Pada Pasien Penyakit Jantung

Hasil analisis data menunjukkan bahwa promosi kesehatan melalui media video memiliki pengaruh signifikan terhadap pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) pada pasien

penyakit jantung, dengan nilai p value = 0,000 < 0,05 pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini menegaskan bahwa upaya promosi kesehatan melalui media video berdampak positif dalam mendorong pasien untuk memanfaatkan TOGA dalam upaya pencegahan dan pengobatan penyakit jantung. Promosi kesehatan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan individu, keluarga, kelompok, dan masyarakat dalam menjaga kesehatan serta mengembangkan upaya-upaya untuk mencapai kehidupan yang sehat. Penggunaan media dalam promosi kesehatan sangat penting karena pesan dan informasi kesehatan dapat disampaikan dengan lebih menarik dan mudah dipahami, sesuai dengan penelitian Alini (2018).

Menurut Elihami et al. (2018, dalam Nurwahidah 2021), media video merupakan alat yang efektif dalam menyampaikan informasi karena menggabungkan unsur suara dan visual. Video memungkinkan audiens untuk menyerap informasi dengan cepat dan lebih mudah diingat, sehingga mampu meminimalkan kesalahpahaman. Studi Dwisatyadini (2017) juga mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa informasi mengenai manfaat TOGA memengaruhi pemilihan jenis tanaman, cara memperoleh, mengolah, dan membudidayanya.

Dalam konteks ini, promosi kesehatan melalui media video dianggap efektif karena mampu menarik perhatian

pasien melalui unsur visual dan suara. Video dapat diputar berulang-ulang, membantu pasien memahami dan mengingat informasi dengan lebih baik, serta menghemat waktu. Dengan menggunakan video, pasien di Rumah Sakit Grandmed dapat belajar cara membuat ramuan herbal dari TOGA untuk mencegah dan mengobati penyakit jantung serta menjaga kesehatan jantung mereka. Pentingnya melakukan tindak lanjut terhadap pasien untuk memastikan penggunaan TOGA secara konsisten juga disorot, dengan mencakup penggunaan media video sebagai salah satu alat promosi kesehatan di Poliklinik Rumah Sakit Grandmed untuk memberikan informasi kepada pasien dan keluarganya tentang pentingnya TOGA dalam upaya promotif, preventif, dan kuratif.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diuraikan dari penelitian ini adalah promosi kesehatan melalui media video memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) oleh pasien penyakit jantung. Ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui video dapat membantu meningkatkan kesadaran dan penggunaan TOGA sebagai bagian dari upaya pencegahan dan pengobatan penyakit jantung.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwisatyadini, M. (2018). *Pemanfaatan Tanaman Obat Untuk Pencegahan Dan Pengobatan Penyakit Degeneratif*.
- Harjono, Y. (2017). Penyuluhan Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga Dan Penanaman Tanaman Obat Keluarga Di Kampung Mekar Bakti 01/01, Desa Mekar Bakti Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM) Ruwa Jurai*, Vol.3 No. 1.
- Maulana, M. (2017). *Penyakit Jantung ; pengertian,penanganan, dan pengobatan*. Yogyakarta: Katahati.
- Mawarti. (2018). Pengaruh Budaya ,Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 7 No. 2.
- Nurwahidah. (2021). Media Video Pembelajaran Dalam Meningkatkan Motivasi dan Prestasi Mahasiswa. *Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri*, Vol. 17.
- Pratama, R. P. (2017). Efektifitas Promosi Kesehatan Menggunakan Media Cetak (Leflet) Dengan Media Visual (Video) Terhadap Pengetahuan Tentang NAPZA Di SMK Muhammadiyah 1 Pekan Baru. *Doctroral Dissertation*.
- Ridwan, A. (2017). Manfaat Olahan Toga Untuk Pengobatan Di Desa Deliksumber Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 19-22.
- RISKESDAS. (2019). *Laporan Nasional RISKESDAS 2018*. Jakarta: Lembaga Penerbit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (LPB).
- Sepriani, R. (2021). Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga(TOGA) Sebagai Minuman Kesehatan Alami Bernilai Ekonomi Bagi Ibu PKK. *Journal Berkarya Pengabdian Masyarakat*, Volume 3, Nomor 1.
- Seska Sinta Sagai, S. E. (2021). Pengaruh Promosi Kesehatan Terhadap Pengetahuan Tanaman Obat Keluarga (Selendri dan Sereh) Untuk Hipertensi Di Desa Mundung Satu Kecamatan Tombatu Baru Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Kesmas*, vol.10 No.2.
- usanto. (2017). Komunikasi Dalam Sosialisasi Tanaman Obat Keluarga(TOGA) Di Kecamatan Marga Dana. *Politeknik*
- Verend, T. M. (2022). Faktor-faktor Penggunaan Herbal Untuk Meningkatkan Daya Tahan Tubuh Di Masa Pandemi Covid-19. *Fakultas Ilmu Kesehatan - Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi*.