

**PENGARUH EDUKASI DENGAN MENGGUNAKAN VIDEO BLOG  
(VLOG) TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN, SIKAP  
DAN PERILAKU IBU HAMIL DALAM PENCEGAHAN  
COVID 19 DI KOTA BANDUNG**

**Inggrid Agatha Diru<sup>1\*</sup>, Dewi Marhaeni D. H<sup>2</sup>, Hadi Susiarno<sup>3</sup>**

Universitas Padjadjaran Bandung<sup>1,2,3</sup>

*\*Corresponding Author : inggriddiru04@gmail.com*

**ABSTRAK**

COVID 19 (*Coronavirus Diseases 2019*) merupakan wabah virus corona jenis SARS-CoV-2. Adapun salah satu media edukasi yang banyak digemari oleh ibu hamil adalah melalui video blog (*Vlog*). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan video blog (*Vlog*) sebagai media edukasi terhadap pengetahuan, sikap dan perilaku ibu hamil dalam pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Penelitian ini menggunakan desain campuran (*mixed methods*) dengan strategi *sequential exploratory*. Kebutuhan informasi pada ibu hamil diketahui dari hasil kualitatif, lalu dilakukan uji pakar oleh ahli media visual dan komunikasi, ahli gizi, ahli obgyn dan ahli anak. Penelitian kuantitatif guna menganalisis pengaruh edukasi menggunakan video blogging (*Vlog*) terhadap peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Sampel ditentukan dengan cara purposive sampling pada penelitian kualitatif dan simple random sampling pada penelitian kuantitatif. Didapatkan 6 sampel kualitatif dan 72 sampel kuantitatif. Uji pakar dilakukan oleh 10 orang ahli/pakar, kemudian diolah menggunakan *Facets*. Uji pengaruh dan uji beda dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20. Hasil kualitatif menunjukkan bahwa dibutuhkannya media edukasi pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Pembuatan video blog (*Vlog*) terdiri dari 4 tema yaitu tujuan promosi kesehatan, karakteristik sasaran, media komunikasi, informasi dan teknologi, dan Substansi video. Hasil uji pakar menunjukkan bahwa video blog (*Vlog*) sudah layak untuk digunakan. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa skor pretest-posttest menunjukkan adanya peningkatan yang bermakna yaitu peningkatan rerata skor pengetahuan sebesar 33,3 ( $P<0,005$ ), peningkatan rerata skor sikap sebesar 9,2 ( $P<0,005$ ) dan peningkatan rerata skor perilaku sebesar 26,4 ( $P<0,005$ ). Edukasi menggunakan video blog (*Vlog*) dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan.

**Kata kunci** : kehamilan, pencegahan COVID 19, *vlog* animasi edukasi

**ABSTRACT**

*COVID 19 (Coronavirus Diseases 2019) is the virus of Corona type Sars-Cov-2. As for one of the educational media that many mothers love is video blog (Vlog). The purpose of this study is to analyze the impact of a using video blog (Vlog) as a media education on the knowledge, the attitudes and behaviors of a pregnant mother in the prevention of COVID 19 of her pregnancy. The study is used mixed method with a sequential exploratory strategy. The sample was determined by means of purposive sampling in qualitative research and simple random sampling in quantitative research. There were 6 qualitative samples and 72 quantitative samples. Expert testing is carried out by 10 experts, then processed using Facets. The effect test and difference test were carried out using SPSS version 20. Qualitative results indicate the need of the Covid prevention media in pregnancy. The making of a video blog (Vlog) consists of four themes: health promotion goals, target characteristics, communication media, information and technology, and video content. The results show that video blog (Vlog) are already viable for use. Quantitative analysis suggests that the pretest-posttest scores indicate a significant increase in the value of increased knowledge scores by 33,3 ( $P<0,005$ ), an improvement of the attitude score by 9,2 ( $P<0,005$ ) an increased behavioral score by 26,4 ( $P<0,005$ ). The education to use blog video (Vlog) increases knowledge, attitudes and behaviors of COVID 19 in pregnancy.*

**Keywords** : COVID 19 prevention, pregnancy, educational *vlog* animation

## PENDAHULUAN

COVID 19 merupakan singkatan dari “Coronavirus Diseases 2019”, yang merupakan wabah virus corona jenis baru yaitu SARS-CoV-2. Virus ini menyebar melalui percikan pernapasan (*droplet*) saat batuk, bersin dan pernapasan normal, selain itu virus ini juga dapat menyebar akibat menyentuh permukaan benda yang terkontaminasi dan kemudian menyentuh wajah dan melalui udara. Gejala dari COVID 19 ini adalah demam, batuk, pilek, gangguan pernapasan, sakit tenggorokan, letih, dan lesu. Tanda dan gejala umum infeksi COVID 19 antara lain gejala gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak napas. Masa inkubasi rata-rata 5-6 hari dengan masa inkubasi terpanjang 14 hari.

Sampai dengan saat ini belum ada data tentang adanya ibu hamil dengan positif COVID 19 yang dirilis oleh pemerintah, namun data dari RSHS (Rumah Sakit Hasan Sadikin) Bandung sebagai Rumah Sakit rujukan COVID 19 bahwa per tanggal 01 Februari 2020 sampai dengan akhir Januari 2021 terdapat kasus ibu hamil dengan COVID 19 sebanyak 152 kasus, dengan 148 kasus sembuh/masa isolasi/pengobatan dan perbaikan, serta 4 kasus kematian. Selain itu juga ada data tentang kematian perawat RS Royal Surabaya yang meninggal dengan status PDP COVID 19 dan sementara hamil empat bulan pada bulan Mei 2020 yang lalu. Meskipun belum ada data ibu hamil dan bayi baru lahir positif COVID 19 yang dirilis baik oleh Kemenkes maupun oleh BNPB, namun ibu hamil merupakan golongan rentan terkena COVID 19. Oleh sebab itu prinsip pencegahan memegang peranan penting agar tidak ada ibu hamil yang terkena COVID 19 (BNPB, 2020).

Tidak ada tindakan khusus yang diperuntukkan bagi ibu hamil sehubungan dengan COVID 19, kecuali jika mengalami tanda dan gejala seperti di atas (Zhou, 2020). Sejauh ini hanya ada 1 kasus penularan secara vertikal dari ibu ke bayi saat masa antenatal atau intrapartum yang dilaporkan dalam literatur yang ada. Riset Chen et al dengan menguji cairan ketuban, darah tali pusat, ASI dan placenta dari ibu dengan COVID 19 positif, tidak ditemukan virus covid. Jadi kemungkinannya adalah bayi tertular dalam masa neonatusnya (RCPCH, 2020). Prinsip-prinsip pencegahan COVID 19 pada ibu hamil di masyarakat meliputi *social distancing* (mengurangi kontak jarak dekat) dan *universal precaution* dengan selalu cuci tangan menggunakan sabun selama 20 detik di air mengalir atau cuci tangan menggunakan hand sanitizer, pemakaian alat pelindung diri, menjaga kondisi tubuh dengan rajin olah raga dan istirahat cukup, makan dengan gizi yang seimbang, dan mempraktikkan etika batuk-bersin (Yu, et al., 2020). Prinsip pencegahan lainnya adalah dengan tidak menyentuh wajah, tidak menggunakan masker secara berulang kali, menggunakan alat makan dan mandi sendiri, serta buka dan tutup pintu menggunakan bahu atau siku (Liu, et al., 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi bagi ibu hamil untuk meningkatkan pengetahuan tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan, salah satunya dengan video blog (*Vlog*). Dengan memanfaatkan *Vlog* diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan ibu hamil untuk mengubah sikap dan perilaku yang berkaitan dengan perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS) dalam masa hamil untuk mencegah COVID 19. Maraknya *Vlog* di media sosial menjadi tontonan rutin karena tidak memakan pulsa paket internet yang besar dan tidak perlu mendownload seperti penggunaan media aplikasi lainnya (Rahmawan, et al., 2018). Saat ini, *youtube* menjadi sangat populer, karena terdapat konten atau jenis video yang sedang banyak diminati khususnya *Vlog*. Maka konten *Vlog* dan *youtube* dapat memengaruhi penonton untuk menyadari, memahami dan menerima isi video yang diunggah oleh *Vlogger*. Dengan video ini harapannya akan timbul efek dari segi *kognitif*, *afektif*, dan *behavioral*. Berbagai paparan yang telah dikemukakan diatas memperlihatkan bahwa video blog (*Vlog*) adalah sebuah fenomena penting dan unik yang terus berkembang dalam industri media digital di Indonesia (David, dkk., 2017).

Salah satu alternatif media yang dapat digunakan untuk meningkatkan program

pencegahan penularan COVID 19 dalam masa kehamilan adalah dengan menggunakan video blogging (*Vlog*), sehingga lebih menarik minat ibu hamil dalam menonton. Kelebihan dari media video ini adalah mudah diingat dan dipahami isi kontennya, karena tidak menggunakan satu jenis panca indera saja. Hingga kini riset tentang pengembangan video blog (*Vlog*) terutama dalam memberikan edukasi yang keterkaitannya dengan pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan di Indonesia masih sangat jarang ditemukan, karena itu video blog (*Vlog*) dapat dikembangkan sebagai media edukasi untuk pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan (Priana, 2017). Ada beberapa riset sebelumnya yang menyatakan bahwa video blog (*Vlog*) memiliki pengaruh yang besar terhadap perubahan perilaku. Riset Annisa tentang video blog (*Vlog*) menyatakan bahwa *Vlog* dapat memengaruhi perilaku seseorang. Riset yang sama yang dilakukan David tentang penggunaan *Vlog* menyatakan bahwa *Vlog* dapat memengaruhi pembentukan perilaku seseorang sebesar 37, 21% (Larasati & Manalu, 2017).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan video blog (*Vlog*) yang sesuai dengan kebutuhan ibu hamil, Melakukan uji kelayakan video blog (*Vlog*) oleh para ahli, menganalisis pengaruh pemanfaatan video blog (*Vlog*) terhadap pengetahuan ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan, menganalisis pengaruh pemanfaatan video blog (*Vlog*) terhadap sikap ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan dan menganalisis pengaruh pemanfaatan video blog (*Vlog*) terhadap perilaku ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan.

## METODE

Rancangan riset ini merupakan desain campuran (*mixed methods*) dengan strategi *sequential exploratory*. Tahap pertama dengan cara kualitatif berupa *Indepth Interview* dan atau *Focus Group Discussion* (FGD) menggunakan metode daring *zoom meeting*, selanjutnya media edukasi dibangun sesuai dengan hasilnya. Tahap kedua melakukan uji content video blog (*Vlog*) yang dilakukan untuk kelayakannya oleh ahli media audio visual dan ahli kesehatan. Tahap ketiga cara riset kuantitatif yaitu dengan menggunakan desain semu *Quasi-Experimental* dengan pendekatan *Pretest-Posttest With Control Group Design* pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol (pembanding). Menggunakan kuesioner dan dianalisa menggunakan aplikasi *Rasch Model*. Populasi dalam riset ini terdiri atas 2 yaitu populasi target dan populasi terjangkau. Penentuan sampel pada riset kualitatif menggunakan teknik *purposive sampling* sedangkan riset kuantitatif menggunakan *simple random sampling*. Hasil riset kualitatif dianalisis melalui proses yaitu transkripsi, reduksi, koding, dan katagorisasi, kemudian di lakukan analisis intrepretasi. Sedangkan analisis data kuantitatif menggunakan distribusi frekuensi dan analisis bivariat ditentukan berdasarkan hasil uji normalitas data.

## HASIL

### Hasil Riset Kualitatif

**Tabel 1. Karakteristik Responden Kualitatif dan Uji Pakar**

Nama	Pekerjaan	Jumlah
Responden ibu hamil	Ibu rumah tangga	4 orang
Responden Bidan kordinator KIA UPTD Puskesmas Caringin Kota Bandung	PNS	1 orang
Responden Kepala Seksi Promosi Kesehatan Kota Bandung	PNS	1 orang
Responden ahli desain komunikasi visual (DKV)	Pegawai Swasta, Pegawai Swasta	2 orang
Responden ahli komunikasi	Pegawai Swasta, Pegawai Swasta	2 orang
Responden ahli komputer (IT)	Pegawai Swasta	1 orang

Responden ahli gizi	Dosen UNPAD	1 orang
Responden spesialis obgyn	Dosen UNPAD, PNS RSUD	2 orang
Responden spesialis anak	PNS RSUD, PNS RSUD	2 orang

Berdasarkan tabel 1, didapati bahwa terdapat satu orang bidan kordinator KIA UPTD Puskesmas Caringin Kota Bandung, satu orang Kepala Seksi Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kota Bandung, dua orang ahli desain komunikasi visual (DKV), dua orang ahli komunikasi, satu orang ahli komputer (IT), satu orang ahli gizi, dua orang spesialis obgyn, dua orang spesialis anak dan empat orang ibu hamil yang bukan termasuk dalam kelompok perlakuan ataupun kelompok kontrol.

### Hasil Riset Kualitatif Membangun Video Blog (Vlog)

Studi kualitatif melalui FGD (*Focus Group Discussion*) menggunakan media *zoom meeting* dengan 2 orang responden dan *indepth interview* dengan 4 orang responden. Berdasarkan hasil FGD maka didapatkan anjuran untuk pembuatan media video edukasi yang bertujuan untuk promosi kesehatan yang bertujuan untuk perubahan dan peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku dari komunikasi ibu hamil.. Hal ini dapat terlihat dari hasil petikan wawancara sebagai berikut:

*“Memang harus kita ketahui bersama secara teoritis promosi kesehatan itu memang merupakan suatu upaya untuk mengubah pengetahuan sikap dan perilaku masyarakat dari yang asalnya tidak tahu menjadi tahu dari yang asalnya nggak sadar jadi sadar yang tidak mau menjadi mau dan yang tidak mampu menjadi mampu”* (R1).

Perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku dapat dipengaruhi oleh faktor dari dalam seperti motivasi yang berfungsi untuk mengolah rangsangan dari luar dan juga faktor dari luar yaitu lingkungan sekitar seperti iklim, manusia, sosial-ekonomi dan kebudayaan. Dengan adanya media edukasi berupa *Vlog* ini diharapkan bisa mempengaruhi dua faktor ini sehingga terjadinya perubahan bahkan peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku pada ibu hamil mengenai pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan Selain itu, menurut responder pembuatan video edukasi pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan harus secara tepat menjangkau dan menyesuaikan dengan karakteristik sasaran. Hal ini dapat terlihat dari hasil petikan wawancara sebagai berikut:

*“Nah hal ini harus disesuaikan dengan sosial budaya dan lingkungan setempat sasaran”* (R1). *“Karakteristik itu mempengaruhi: tingkat pendidikannya masih rendah gitu banyak yang lulusan SD, SMP yang paling berpengaruh terhadap pengetahuan sikap dan perilaku”* (R 2).

Responden dalam FGD juga menyatakan bahwa video edukasi *Vlog* yang rencananya akan dibuat, sesuai dengan karakteristik sasaran yaitu ibu hamil di kota Bandung, yang mana sasaran tinggal di daerah perkotaan dan lebih sering mendapatkan informasi melalui media sosial dengan penggunaan gadget, walaupun memang masih ada sebagian sasaran yang masih belum menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian dan penerimaan pesan. Berdasarkan wawancara, responden menyatakan bahwa pembuatan *Vlog* sebagai media edukasi untuk ibu hamil di Kota Bandung, dikatakan tepat sasaran, karena rata-rata sasaran lebih suka mendapatkan informasi melalui media sosial dan media edukasi berupa video juga lebih disukai. Berikut adalah petikan wawancaranya:

*“Lebih tepat di daerah perkotaan seperti di kota bandung, sekarang ini sasaran itu lebih suka melihat mendapatkan informasi melalui medsos, whatsapp grup dalam bentuk video video yang diinginkan mereka seperti menonton tv dll, yang memang dia sudah terbiasa dengan gadget, media sosial, audio visual, sudah biasa melihat konten seperti youtube ataupun konten konten media sosial lainnya”* (R 1).

“Secara keseluruhan Babakan Ciparay ini urban gitu perbatasan antara kota dan kabupaten, memang yang bisa terpapar oleh media, media sosial terutama ya begitu” (R 2).

“Saya suka lihat dari berita dari TV, dan media sosial” (R 3, R 4, R 6).

Beberapa responden dalam FGD dan *indepth interview* menganjurkan untuk video edukasi dibuat dalam bentuk dan konten yang dapat menjangkau kebutuhan informasi sasaran dan juga disesuaikan dengan karakteristik dari sasaran. Hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan *Vlog* sebagai media edukasi adalah konten/isi *Vlog*, durasi *Vlog*, bahasa dan tulisan dalam *Vlog*, serta jenis tampilan *Vlog* tersebut. Konten *Vlog* yang diinginkan responden adalah seperti petikan wawancara berikut ini:

“Saya pikir informasi seperti inilah yang sangat cocok disampaikan kepada ibu hamil, mudah dipahami dan disesuaikan dengan kebutuhan ibu hamil. Jadi Vlognya itu dibuat yang lucu dan semenarik mungkin” (R 1).

“Tadi sudah diutarakan oleh ibu nilla secara lengkap tentang kehamilannya tolong ditekankan apa bedanya sebelum ada pandemi dan setelah ada pandemi COVID 19 ini” (R 2).

“Isinya harus simple dan mudah dimengerti” (R 4).

Durasi *Vlog* yang diinginkan oleh para responden adalah video yang tidak terlalu panjang atau tidak terlalu lama. Harus padat materinya dan juga memiliki tampilan yang menarik. Hal ini dapat dilihat dalam petikan wawancara berikut ini:

“Tadi kan waktu betul ya karena kalau panjang nanti mudah jemu” (R 2).

“Jangan terlalu lama”. (R 3 dan R 5).

“Dan jangan terlalu panjang. Menonton video bisa diulang2 sehingga lebih paham” (R 4).

“Jangan terlalu lama, Padat dan lucu” (R 6).

Bahasa dan tulisan dalam *Vlog* yang diinginkan oleh para responden adalah bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti, serta istilah medis diminimalisir agar mudah dipahami oleh sasaran. Hal ini dapat terlihat dalam petikan wawancara berikut ini:

“Bahasa harus mudah dimengerti, jangan menggunakan bahasa medis karena sesuai dengan tingkat pendidikan ibu hamil di wilayah ini” (R 2).

“Ya ada tambahan bagi saya ketika kita akan membuat *Vlog* perlu ditambahkan ada tulisan, jadi kan ketika kita membuat *Vlog* itu ada beberapa hal yang memang penting itu dibuatkan dalam catatan kata kata penting dalam video itu, jadi bukan hanya audio visual saja tapi juga berisi beberapa catatan penting” (R 1).

Jenis/Tampilan *Vlog* yang diinginkan oleh para responden adalah jenis video animasi yang menarik, dengan materi yang lucu agar mudah dipahami dan mudah diingat. Hal ini dapat dilihat dalam petikan wawancara berikut ini:

“Video animasi lebih menarik” (R 4). “Sukanya video kartun” (R 6).

“Video yang bagus, bisa lihat kapan saja, kan nggak banyak keluar dan hanya di rumah, Kalau udah beres tugas bisa pegang hape.” (R 3).

“Video yang bagus, supaya bisa lebih paham dan mudah ingat” (R 4, R 5 dan R 6).

“Jangan terlalu lama, Padat dan lucu” (R 6).

## **Hasil Uji Pakar Kelayakan *Vlog* Oleh Ahli (*Expert*) Media Audio Visual, Komunikasi, Gizi, Obgyn dan Anak**

### **Uji Pakar Ahli Media Audio Visual dan Komunikasi**

Penilaian uji pakar media video blog (*Vlog*) dilakukan oleh 2 orang ahli desain komunikasi visual, 2 orang ahli komunikasi dan 1 orang ahli komputer. Selanjutnya diolah menggunakan

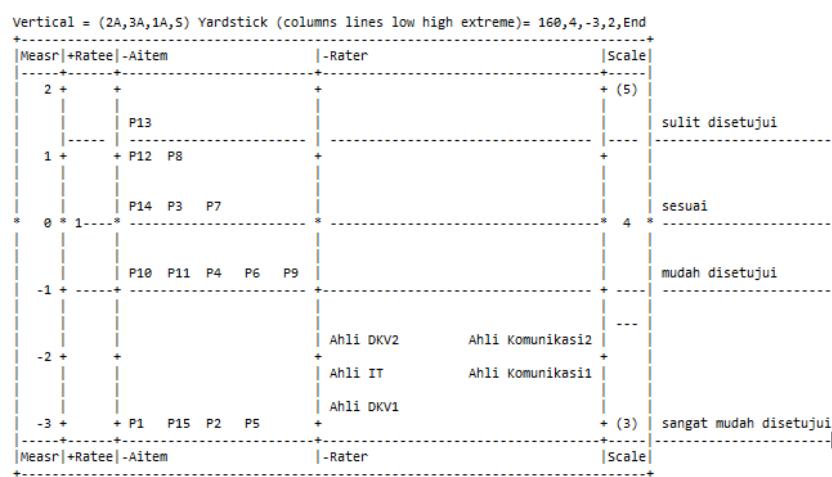
perangkat lunak Facet (*many-facet rasch measurement*) version no. 3.71.3. dan diperolah sebaran seperti pada peta *wright* di bawah ini:

Berdasarkan sebaran peta *wright* hasil penilaian video blog dapat disimpulkan bahwa yang termasuk dalam kategori penilaian sulit disetujui yaitu P13, kategori penilaian sesuai yaitu P12, P8, P14, P3, P7, kategori penilaian mudah disetujui yaitu P10, P11, P4, P6, P9, dan kategori penilaian sangat mudah disetujui yaitu P1, P15, P2 dan P5. Item yang membutuhkan perbaikan dalam *Vlog* ini menurut uji *expert* adalah ukuran teks, agar lebih proporsional dengan animasi yang ditayangkan.

### Uji Pakar Ahli Gizi, Obgyn dan Anak

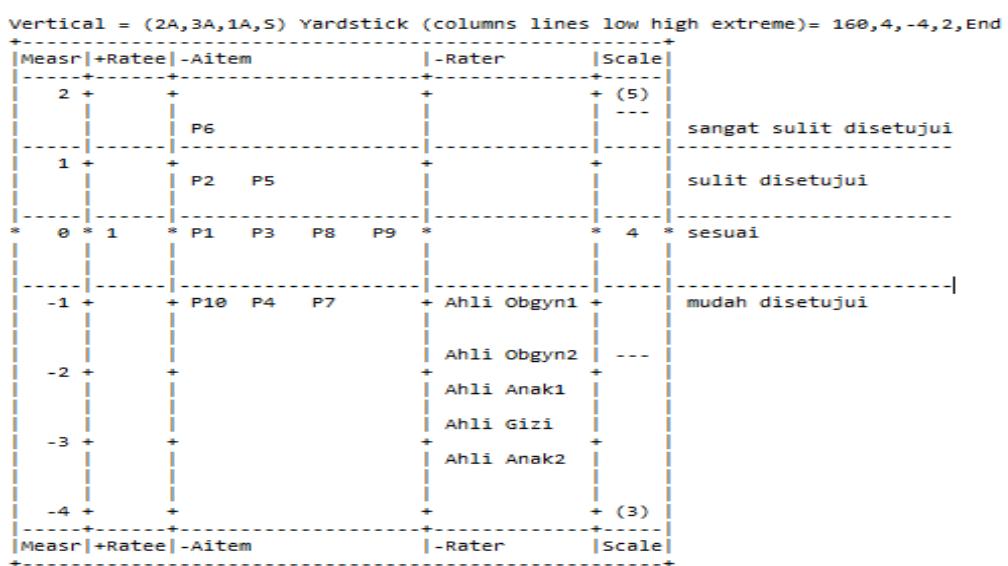
Penilaian uji pakar media video blog (*Vlog*) dilakukan oleh 2 orang ahli obgyn, 2 orang ahli anak dan 1 orang ahli gizi. Selanjutnya diolah menggunakan perangkat lunak Facet (*many-facet rasch measurement*) version no. 3.71.3.

Table 6.0 All Facet Vertical "Rulers".



Gambar 1. Peta Wright Uji Pakar Ahli Media Audio Visual dan Komunikasi

Table 6.0 All Facet Vertical "Rulers".



Gambar 2. Peta Wright Uji Pakar Ahli Gizi, Obgyn dan Anak

Berdasarkan sebaran peta *wright* hasil penilaian video blog dapat disimpulkan bahwa yang termasuk dalam kategori penilaian sangat sulit disetujui yaitu P6, kategori penilaian sulit disetujui yaitu P2, P5, kategori penilaian sesuai yaitu P1, P3, P8, P9, dan kategori penilaian mudah disetujui yaitu P10, P4 dan P7. Item yang membutuhkan perbaikan dalam *Vlog* ini menurut uji *expert* adalah (1) *Expert* menegaskan bahwa Item judul harus dibuat semenarik mungkin, agar mau ditonton oleh sasaran, dalam hal ini judul *Vlog* adalah “Pencegahan COVID 19 dalam Masa Kehamilan”. (2) Item sesuai perkembangan Iptek yang dimaksudkan oleh *expert* adalah mengacu pada penyebaran *Vlog* melalui media sosial yang memang digunakan oleh sasaran, *Vlog* ini diuploa di youtube dan linknya disebarluaskan melalui aplikasi whatsapp. (3) Item mampu memberikan perubahan yang dimaksud oleh *expert* adalah konten dalam *Vlog* harus semenarik mungkin, sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan, agar mampu memberikan perubahan pada sasaran sehingga tujuan promosi kesehatan dapat tercapai.

## Hasil Riset Kuantitatif

**Tabel 2. Perbandingan Karakteristik pada Kedua Kelompok Penelitian**

Karakteristik	Kelompok		Nilai p
	Video (n = 36)	Booklet (n = 36)	
<b>1. Usia (tahun) :</b>			0,827
<25	6	8	
25 – 34	22	20	
≥ 35	8	8	
Rata-rata (SD)	29,8 (6,1)	29,3 (6,2)	
Rentang	20 – 42	19 – 45	
<b>2. Pendidikan :</b>			0,583
Dasar	23	20	
Menengah	9	13	
Tinggi	4	3	
<b>3. Pekerjaan :</b>			0,743
Bekerja	6	5	
Tidak bekerja	30	31	
<b>4. Pemeriksaan kehamilan ke :</b>			0,056
1 – 3	14	10	
4 – 6	17	11	
≥ 7	5	15	
Median	5	6	
Rentang	1 – 9	1 - 10	
<b>5. Kehamilan ke :</b>			0,986
1	7	10	
2	16	10	
≥ 3	13	16	
Median	2	2	
Rentang	1 – 6	1 6	

Keterangan : Uji Mann-Whiney

Berdasarkan tabel 2, data karakteristik pada kedua kelompok penelitian tidak menunjukkan adanya perbedaan yang bermakna ( $p>0,05$ ). Usia responden sebagian besar berusia 25 – 34 tahun (61,1%); pendidikan sebagian besar sekolah menengah pertama ke bawah 59,7%), 61 orang (84,7%) status pekerjaannya tidak bekerja; median kunjungan ANC adalah 5 kali, dan sebagian besar ibu hamil yang kedua (36,1%). Dengan homogenitasnya karakteristik pada kedua kelompok penelitian, maka variabel perancu tidak bermakna atau tidak berpengaruh terhadap hasil edukasi, karena tidak menunjukkan adanya perbedaan yang bermakna ( $p>0,05$ ).

**Tabel 3. Perbandingan Skor Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Intervensi pada Kedua Kelompok Penelitian**

Skor Pengetahuan (skala 100)	Kelompok		Nilai p
	Video (n = 36)	Booklet (n = 36)	
<b>Data Pre :</b>			0,638
Rata-rata (SD)	60,9 (13,3)	62,8 (10,4)	
Median	63,3	66,7	
Rentang	20,0 – 86,7	40,0 – 80,0	
<b>Data Post :</b>			<0,001
Rata-rata (SD)	93,1 (17,0)	83,5 (12,0)	
Median	100,0	86,7	
Rentang	33,3 – 100,0	53,3 – 100,0	
Perbandingan pre vs post	p<0,001	p<0,001	
Kenaikan (median) :	33,3	20,0	0,010
Kenaikan persentase (median) :	50,0 %	31,7 %	0,039

Keterangan : Uji Mann-Whitney

Tabel 3 menyajikan perbandingan skor pengetahuan sebelum dan sesudah intervensi diberikan, serta peningkatannya. Pada pengukuran sebelum intervensi median skor pengetahuan pada kedua kelompok tidak menunjukkan ada perbedaan yang bermakna ( $p>0,05$ ); sedangkan setelah intervensi diberikan menunjukkan ada perbedaan yang bermakna ( $p<0,05$ ); dimana pada kelompok yang mendapat video median skor pengetahuannya lebih tinggi bila dibandingkan dengan yang mendapat booklet. Pada kedua kelompok sebelum dan sesudah intervensi diberikan skor pengetahuan menunjukkan ada peningkatan yang bermakna ( $p<0,05$ ); besarnya kenaikan skor pengetahuan pada kelompok video mediannya adalah 33,3 atau 50,0%; sedangkan pada kelompok booklet sebesar 20,0 atau 31,7%. Perbedaan peningkatan skor pengetahuan ini secara statistik bermakna ( $p<0,05$ ).

**Tabel 4. Perbandingan Skor Sikap Sebelum dan Sesudah Intervensi pada Kedua Kelompok Penelitian**

Skor Sikap (skala 100)	Kelompok		Nilai p
	Video (n = 36)	Booklet (n = 36)	
<b>Data Pre :</b>			0,722
Rata-rata (SD)	77,8 (10,1)	77,0 (9,2)	
Median	79,2	78,3	
Rentang	41,7 – 95,0	46,7 – 90,0	
<b>Data Post :</b>			0,007
Rata-rata (SD)	86,0 (6,4)	81,1 (6,0)	
Median	83,3	82,5	
Rentang	70,0 – 93,3	70,0 – 93,3	
Perbandingan pre vs post	p=0,002	p=0,078	
Kenaikan (median) :	9,2	2,5	0,197
Kenaikan persentase (median) :	11,1	3,0	0,207

Keterangan: Uji Mann-Whitney

Tabel 4 menyajikan perbandingan skor sikap sebelum dan sesudah intervensi diberikan pada kedua kelompok penelitian. Dari tabel tampak sebelum intervensi diberikan, skor sikap dari segi mediannya tidak menunjukkan ada perbedaan yang bermakna ( $p>0,05$ ); sedangkan setelah intervensi diberikan tampak pada kelompok video median skor sikapnya lebih tinggi bila dibandingkan dengan kelompok booklet, dan perbedaan ini secara statistik bermakna ( $p<0,05$ ). Dari tabel ini juga tampak pada kelompok video terjadi peningkatan skor sikap secara bermakna dari median 79,2 menjadi 83,3; sedangkan pada kelompok booklet peningkatan skor sikap dari 78,3 menjadi 82,5 tidak menunjukkan ada perbedaan yang bermakna ( $p>0,05$ ).

**Tabel 5. Perbandingan Skor Perilaku Sebelum dan Sesudah Intervensi pada Kedua Kelompok Penelitian**

Skor Perilaku (skala 100)	Kelompok		Nilai p
	Video (n = 36)	Booklet (n = 36)	
<b>Data Pre :</b>			
Rata-rata (SD)	62,15	67,5	
Median	62,5	67,5	
Rentang	45,0-75,0	57,5 – 75,0	
<b>Data Post :</b>			
Rata-rata (SD)	88,61	73,6	0,000
Median	87,5	75,0	
Rentang	75,0 – 100,0	70,0 – 75,0	
Perbandingan pre vs post	p<0,001	p<0,001	
Kenaikan (Rata-rata) :	26,45	6,18	0,000
Kenaikan persentase (median) :	44,65	9,46	0,000

Keterangan: Uji Mann-Whitney

Dari tabel 5 skor perilaku sebelum dan sesudah intervensi diberikan, menunjukkan ada perbedaan yang bermakna ( $p<0,05$ ). Jika dibandingkan median skor perilaku pada kelompok video sebelum intervensi (median 62,5) dan sesudah intervensi (median 87,5) menunjukkan ada perbedaan yang bermakna ( $p<0,05$ ); demikian juga pada kelompok booklet menunjukkan ada perbedaan yang bermakna ( $p<0,05$ ). Karena pada data pre dan post intervensi menunjukkan ada perbedaan, maka untuk mengetahui pengaruh intervensi digunakan peningkatannya. Berdasarkan besarnya peningkatan pada kelompok video rata-rata naik 26,45 (44,65%), sedangkan pada kelompok booklet rata-ratanya naik 6,18 (9,46%). Perbedaan besarnya peningkatan skor perilaku pada kedua kelompok perlakuan secara statistik bermakna ( $p<0,05$ ).

**Tabel 6. Pengaruh Intervensi yang Diberikan dengan Kenaikan Skor Pengetahuan dan Sikap Setelah Intervensi Diberikan**

Perlakuan	Skor Pengetahuan		Rasio kenaikan (IK 95%)	Skor sikap		Rasio kenaikan (IK 95%)
	$\geq 90$	<90		$\geq 80$	<80	
Video	30 (83,3%)	6 (16,7%)	3,33 (1,86 – 5,98)	32 (88,9%)	4 (11,1%)	1,46 (1,09 – 1,93)
Booklet	9 (25,0%)	27 (75,0%)	p<0,001	22 (61,1%)	14 (38,9%)	p=0,006

Keterangan : Uji Mann-Whitney

Berdasarkan tabel 6, tampak pengaruh video terhadap booklet pada pengetahuan rasionya adalah 3,33; artinya intervensi melalui video dapat meningkatkan skor pengetahuan ( $\geq 90$ ) 3,33 kali, dan terhadap sikap sebesar 1,46 kali bila dibandingkan dengan pemakaian booklet.

**Tabel 7. Pengaruh Intervensi yang Diberikan dengan Kenaikan Skor Perilaku Setelah Intervensi Diberikan**

Perlakuan	Skor perilaku		Rasio kenaikan
	$\geq 75$	<75	
Video	36 (100,0%)	0 (0%)	1,44 (1,159 – 1,788)
Booklet	25 (69,4%)	11 (30,6%)	p=0,000 (bermakna)

Keterangan : Uji Mann-Whitney

Berdasarkan tabel 7, tampak pengaruh video pada peningkatan skor perilaku ( $\geq 75$ ), rasionya adalah 1,44 kali bila dibandingkan dengan pemakaian booklet.

## PEMBAHASAN

### Pengembangan Video Blog (*Vlog*)

Pembuatan video blog (*Vlog*) pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan dikembangkan dari hasil analisis kebutuhan sasaran di lapangan melalui tahapan wawancara. Pembuatan *Vlog* sendiri merupakan sebuah fenomena menarik dalam perkembangan industri media digital saat ini. Video blog (*Vlog*) adalah generasi baru dalam pembuatan video yang direkam dalam *webcam*, ada banyak manfaat yang bisa dihasilkan dari video blog ini, salah satunya adalah inovasi pemanfaatan sebagai media informasi, dalam hal ini untuk mengetahui pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan.<sup>64</sup> Setelah hasil wawancara dengan sejumlah responden diinterpretasikan oleh peneliti dalam bentuk *Vlog*, *Vlog* ini kemudian diunggah ke youtube dengan mode *non-public* dengan alamat <https://youtu.be/ZNKXcJNoPV4> (alamat cadangan: [https://youtu.be/DPaKf\\_LFCPs](https://youtu.be/DPaKf_LFCPs)). Responden diingatkan oleh peneliti setiap tiga hari sekali untuk menonton *Vlog* ini, dengan harapan semakin banyak responden menonton, semakin timbul pemahaman yang menyebabkan adanya perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku. Sampai dengan akhir masa penelitian, jumlah tontonan video ini sebanyak 140 kali, sehingga dapat diasumsikan bahwa masing-masing responden telah menonton video sebanyak tiga sampai empat kali dalam rentang waktu sepanjang 28 hari.

Pengembangan *Vlog* ini sangat sesuai dengan kebutuhan informasi kesehatan di masa pandemik COVID 19 saat ini, dimana karena adanya pembatasan jarak dan adanya pelarangan untuk berkerumun maka informasi kesehatan lebih banyak didapatkan melalui media sosial dan siaran TV. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu dari David dkk maka hasil penelitian ini juga menunjukkan atau membuktikan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku responden, sehingga bisa dikatakan media edukasi menggunakan *Vlog* tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan ini sangat efektif (David, dkk., 2017) (Priana, 2017). *Vlog* tentang pencegahan Covid 19 dalam masa kehamilan ini sangat membantu dalam upaya edukasi kesehatan pada ibu hamil, yang bisa digunakan selama beberapa tahun ke depan, bahkan jika pandemik sudah berakhir *Vlog* ini dapat dimodifikasi untuk kepentingan edukasi lainnya dalam masa kehamilan. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Ravi Jhaveri bahwa penemuan vaksin untuk COVID 19 ini merupakan pencapaian ilmiah yang luar biasa, guna mengakhiri pandemi global COVID 19 ini (Jhaveri, 2021). Program vaksinansi secara global tidak akan segera mengakhiri pandemi COVID 19, namun dapat membatasi penyebaran, dimana beberapa tahun kemudian *herd immunity* akan terbentuk serta virus akan dapat dikendalikan di dunia (Marco, 2020) (Pratikto, 2020).

Pada *Vlog* ini, ada beberapa hal yang menjadi perhatian. Yang pertama adalah bentuk dan tampilan yang merupakan *Vlog* animasi bergambar dan berwarna yang menarik, hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Annisa yang menyatakan bahwa *Vlog* harus menjunjung daya tarik, agar mampu diterima dan dipahami oleh sasaran (Larasati & Manalu, 2017). Konten *Vlog* juga tidak kalah penting, dalam *Vlog* ini, konten atau isi substansi dari video membahas secara komprehensif tentang semua informasi dari masa kehamilan, persalinan, nifas dan bayi baru lahir, serta menitikberatkan pada perbedaan sebelum dan setelah keadaan pandemik ini. Durasi *Vlog* pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan ini tidak terlalu panjang yaitu hanya 6 menit 55 detik, dengan tujuan agar tidak menimbulkan kejemuhan pada sasaran saat menonton, serta dengan harapan sasaran dapat menonton sampai selesai dan memahami materi yang disampaikan. Pertimbangan pembuatan durasi video yang tidak terlalu panjang sesuai dengan teori bahwa dalam membuat *Vlog* durasi terbaik rata-rata 4 menit 20 detik, sedangkan dalam youtube *Vlog* populer yang terpendek adalah dengan durasi 42 detik dan yang terpanjang adalah 9 menit 15 detik (Minimatters, 2017).

### **Uji Kelayakan Video Blog (*Vlog*) Oleh Pakar**

Hasil penilaian pakar *Vlog* pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan ini menunjukkan bahwa terdapat penilaian yang berbeda-beda pada setiap item, karena terkait dengan karakteristik para penilai yang berbeda, sehingga umpan balik yang diberikan juga berbeda. Sebagai tambahan penilaian ini juga dapat digunakan untuk melihat persepsi sasaran nantinya (Sauro & Zarolia, 2017) (Fidan & Debbag, 2018). Hasil uji pakar dengan menggunakan program Facet, terlihat jelas dalam peta wright pada gambar 4.3 dan gambar 4.4 bahwa *Vlog* ini *valid* dan *reliable* karena item sesuai, mudah disetujui dan sangat mudah disetujui lebih banyak dari item sulit disetujui. Hal ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Fidan bahwa media edukasi dengan *Vlog* *valid* dan *reliable* untuk mengubah sikap responden (Mulyadi, dkk., 2018).

### **Pengaruh Edukasi Menggunakan Video Blog (*Vlog*) terhadap Peningkatan Pengetahuan Ibu Hamil Tentang Pencegahan COVID 19 Dalam Masa Kehamilan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi menggunakan media *Vlog* terbukti dapat meningkatkan pengetahuan ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Hal ini dapat tergambar dalam tabel 6, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, yang mana besarnya kenaikan skor pengetahuan pada kelompok video mediannya adalah 33,3 atau 50,0%; sedangkan pada kelompok booklet sebesar 20,0 atau 31,7%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya tentang efektivitas pendidikan kesehatan dengan media video terhadap tingkat pengetahuan perilaku hidup bersih dan sehat, dengan hasil  $P=0,001$  artinya ada perubahan pengetahuan yang signifikan (ajeng, 2018). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Ardie HF dkk., tentang pengaruh media video terhadap pengetahuan dan sikap tentang gizi seimbang pada siswa pada siswa kelas V di SDN 016 Samarinda Seberang, dengan hasil penelitian nilai pengetahuan meningkat dari 79,2% ke 85,4% (Rahmawati, dkk., 2007).

Pengetahuan merupakan hal penting untuk terbentuknya sikap dan perilaku seseorang. Pengetahuan adalah kesan dalam pikiran manusia sebagai hasil dari panca inderanya. Pengetahuan dapat diperoleh melalui pengalaman sendiri maupun dari orang lain (R.A., 2012). Dalam hal ini, perubahan perilaku terjadi karena merupakan hasil dari edukasi kesehatan dengan media *Vlog* tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. *Vlog* termasuk media audio visual yang efektif, karena dalam penyampaian pesan atau informasi kesehatan menggunakan banyak indera sehingga mudah untuk dipahami (Priana, 2017). Hal ini juga sejalan dengan penelitian David dkk, bahwa salah satu paparan yang memengaruhi pengetahuan seseorang adalah media massa, termasuk didalamnya adalah *Vlog* yang diunggah disitus media sosial (Larasati, 2017).

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan juga didukung dengan beberapa hasil penelitian lainnya, maka media *Vlog* dapat menjadi alternatif pilihan media edukasi kesehatan yang bisa diakses oleh siapa saja dan kapan saja, khususnya sebagai media edukasi tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Intervensi edukasi kesehatan dalam bentuk *Vlog* dapat meningkatkan pengetahuan dengan efektifitas yang berbeda-beda (Mulyadi, dkk., 2018) (Ardie & Sunarti, 2019)

### **Pengaruh Edukasi Menggunakan Video Blog (*Vlog*) terhadap Peningkatan Sikap Ibu Hamil Tentang Pencegahan COVID 19 Dalam Masa Kehamilan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi menggunakan media *Vlog* terbukti dapat meningkatkan sikap ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Hal ini dapat tergambar dalam tabel 7, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, dimana peningkatan median skor sikap yang bermakna ( $p<0,05$ ) dari 79,2 menjadi 83,3. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fidan dan juga penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati

bahwa media edukasi dengan *Vlog* dapat mengubah sikap karena penyampaian pesannya lebih mudah untuk dipahami (Mulyadi, dkk., 2018) (Rahmawati, dkk., 2007). Media video memiliki kemampuan besar untuk manarik perhatian, mempengaruhi sikap dan tingkah laku responden (Sadiman, 2014). Dalam buku sikap manusia teori dan pengukurannya, Azwar membahas bahwa faktor yang mempengaruhi sikap ialah media penyampaian informasi yang biasanya berisi sugesti untuk mengarahkan opini seseorang. Apabila sugesti tersebut kuat maka akan memberikan dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuk arah sikap yang diwujudkan melalui tindakan (Azwar, 2011)

Hasil penelitian lainnya yang sejalan dengan hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sondakh Mariam tentang pengaruh konten *Vlog* dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial, dengan menunjukkan hasil perbedaan sebelum dan sesudah intervensi sebesar 37,21% (David, dkk., 2017). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Ardie HF dkk., tentang pengaruh media video terhadap pengetahuan dan sikap tentang gizi seimbang pada siswa pada siswa kelas V di SDN 016 Samarinda Seberang, dengan hasil penelitian nilai sikap meningkat dari 66,7% ke 70,8% (Rahmawati, dkk., 2007). Subjek dalam penelitian ini belum pernah terpapar tentang informasi mengenai pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan sebelumnya, sehingga ini merupakan informasi baru bagi mereka. Perubahan sikap akan terjadi apabila subjek terpapar dengan informasi secara terus menerus, sehingga tercipta pemahaman yang akan membentuk sikap. Ini dikarenakan sikap adalah sebuah reaksi atau respon terhadap suatu stimulus atau objek, dan evaluasi terhadap suatu aspek merupakan faktor penentu perubahan sikap seseorang.

### **Pengaruh Edukasi Menggunakan Video Blog (*Vlog*) terhadap Peningkatan Perilaku Ibu Hamil Tentang Pencegahan COVID 19 Dalam Masa Kehamilan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi menggunakan media *Vlog* terbukti dapat meningkatkan perilaku ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Hal ini dapat tergambar dalam tabel 8, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, median skor perilaku pada kelompok video sebelum intervensi (median 62,5) dan sesudah intervensi (median 87,5). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian lainnya oleh Rahmawati Ina dkk., tentang pengaruh penyuluhan dengan media audio visual terhadap peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku ibu balita gizi kurang dan buruk di kotawaringin barat propinsi Kalimantan tengah, dengan hasil adanya peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku ibu balita yang mengikuti penyuluhan dengan media audio visual (Sadiman, 2014). Penelitian lainnya yang sejalan dengan hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Susi Purwanti pengaruh pendidikan kesehatan dengan menggunakan media video dan media modul terhadap perubahan perilaku tentang praktik sadari pada siswi kelas XI SMA. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan yang bermakna antara siswi sebelum dan sesudah intervensi nilai  $p=0,000 (<0,05)$  (Susilowati, 2016).

Perilaku kesehatan seseorang juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu tersedianya media sarana kesehatan, adanya dukungan dan hal lainnya yang medorong seseorang untuk berperilaku baik terhadap pencegahan suatu penyakit (Notoadmodjo, 2012). Berdasarkan teori kognitif, edukasi kesehatan merupakan proses belajar yang dapat meningkatkan interpretasi dari sensasi yang diterima. Sensasi ini akan memengaruhi aspek persepsi dan akan membantu individu dalam membuat keputusan. Edukasi kesehatan dengan media yang menarik, dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran dan dapat meningkatkan sikap individu (Green, 1991). Pada penelitian ini hal tersebut ditunjukkan dengan sikap dan perilaku ibu hamil tentang pencegahan COVID 19 dalam masa kehamilan. Ibu hamil menjadi lebih *aware* dan dapat mengambil keputusan untuk mengubah sikap dan perilaku mereka menjadi lebih baik apabila mereka, karena informasi kesehatan yang mereka dapatkan. Perkembangan teknologi saat ini sangat berpengaruh terhadap cara hidup manusia. Munculnya teknologi komunikasi

berupa media sosial juga sangat berpengaruh pada semua lini kehidupan, termasuk kehidupan kesehatan. Media sosial sebagai salah satu teknologi komunikasi dapat digunakan sebagai sarana edukasi, sebagai penyalur informasi kesehatan untuk bisa mengubah pengetahuan, sikap bahkan perilaku sasaran. *Vlog* yang diunggah dalam youtube memiliki peluang besar untuk mempengaruhi perilaku seseorang, karena dengan menonton youtube secara terus-menerus dapat membuat seseorang mengubah perilaku dan bahkan gaya hidupnya, hal ini tergambar jelas dalam penelitian oleh Ananda, yang mana youtube dapat mengubah perilaku konsumen (Kemendikbud, 2016)

## **KESIMPULAN**

*Vlog* “Pencegahan COVID-19 dalam Masa Kehamilan” dikembangkan melalui FGD dan indepth interview, berbentuk animasi menarik yang memuat informasi komprehensif seputar kehamilan hingga bayi baru lahir, dengan memperhatikan karakteristik sasaran dan teknologi yang digunakan. *vlog* ini valid dan reliable sebagai media edukasi untuk ibu hamil, dengan penerimaan yang baik dan antusiasme tinggi dari sasaran. Edukasi melalui *vlog* berpengaruh positif dalam meningkatkan pengetahuan ibu hamil tentang pencegahan COVID-19. Selain itu, *vlog* ini juga mampu meningkatkan sikap positif serta perilaku sehat ibu hamil dalam mencegah COVID-19 selama masa kehamilan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Saya ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh Universitas Padjadjaran Bandung yang telah mendukung penuh terselesaikannya artikel ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Nasional Penanggulangan Bencana. (2020). Laporan Media Harian COVID 19.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh konten *vlog* dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- F. Garry Cunningham ea. (2012).Obstetri Wiliams. Edisi ke -23. Jakarta: EGC
- Hanifa W. (2010). Buku Panduan Praktis Pelayanan Kesehatan Maternal dan Neonatal. Jakarta: Bina Pustaka
- Kaiamedia.(2016). Pengertian *Vlog*. <http://www.kaiamedia.com/pengertian-Vlog>;
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Direktorat Jenderal Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit. Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID 19). Jakarta: Direktorat Surveilans Dan Karantina Kesehatan Sub Direktorat Penyakit Infeksi Emerging.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.(2020). Pedoman Bagi Ibu Hamil, Ibu Nifas Dan Bayi Baru Lahir, Selama Social Distancing. Jakarta: Sub Direktorat Kesehatan Maternal dan Neonatal Direktorat Kesehatan Keluarga Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit. (2020) Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Infeksi Novel Coronavirus (2019-nCov). Jakarta: Direktorat Surveilans Dan Karantina Kesehatan Sub Direktorat Penyakit Infeksi Emerging.
- Larasati, A. T., & Manalu, S. R. (2017). *Dampak Menonton Vlog terhadap Perilaku Viewers Remaja (Studi Eksploratif Penonton Vlog)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).

- Liu, H., Liu, F., Li, J., Zhang, T., Wang, D., & Lan, W. (2020). Clinical and CT imaging features of the COVID-19 pneumonia: Focus on pregnant women and children. *Journal of infection*, 80(5), e7-e13.
- Munadi, Y. (2019). Media Pembelajaran; Sebuah Pendekatan.
- Pokja Infeksi Saluran Reproduksi Perkumpulan Obstetri Dan Ginekologi Indonesia. (2020). Rekomendasi Penanganan Infeksi Virus Corona (COVID 19) Pada Maternal (Hamil, Bersalin, Nifas). Surabaya: POGI.
- Prawirohardjo, S. (2010). Ilmu kebidanan.
- Priana, R. Y. S. (2017, May). Pemanfaatan vlog sebagai media pembelajaran terintegrasi teknologi informasi. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol. 1, No. 2).
- Purwanti, B. (2015). Pengembangan media video pembelajaran matematika dengan model assure. *Jurnal kebijakan dan pengembangan pendidikan*, 3(1).
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Preciosa Alnashava, J. (2018). The potential of youtube as educational media for young people (Potensi youtube sebagai media edukasi bagi anak muda). *Edulib*, 8(1), 81-98.
- Royal College of Obstetricians and Gynaecologists (2020). *Royal College Of Midwives and Royal College of Paediatrics Dan Child Health (RCPCH)*. Coronavirus (COVID 19) Infection in Pregnancy, Information for Healthcare Professionals Version 1. London: Royal College of Obstetricians and Gynaecologists.
- WHO. (2020). Coronavirus Disease 2019 (COVID 19) Situation Report – 59.
- Yu, N., Li, W., Kang, Q., Xiong, Z., Wang, S., Lin, X., ... & Wu, J. (2020). Clinical features and obstetric and neonatal outcomes of pregnant patients with COVID-19 in Wuhan, China: a retrospective, single-centre, descriptive study. *The Lancet Infectious Diseases*, 20(5), 559-564.
- Zhou, W. (2020). *The coronavirus prevention handbook: 101 science-based tips that could save your life*. Simon and Schuster.