

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. MAN 3 Ngawi

Madrasah Aliyah Negeri 3 Ngawi disingkat dengan MAN 3 Ngawi merupakan salah satu sekolah menengah atas negeri yang berada di Kabupaten Ngawi. MAN 3 Ngawi beralamatkan di Jalan Raya Solo 353, Mantingan, Ngawi, Jawa Timur. Sekolah ini didirikan sejak tahun 1968 dengan status sekolah saat ini sekolah negeri dengan akreditasi A.

Jumlah siswa MAN 3 Ngawi sebanyak 562 siswa yang terbagi menjadi tiga jenjang kelas, yaitu kelas 10 dengan 176 siswa, kelas 11 dengan 192 siswa, dan kelas 12 dengan 194 siswa. Sedangkan jumlah guru MAN 3 Ngawi sebanyak 45 guru yang terdiri dari 25 guru PNS dan 19 guru Non-PNS.

b. MAN 4 Ngawi

MAN 4 Ngawi beralamatkan di Jalan Pucangan-Ngrambe Nomor 01 Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. MAN 4 Ngawi didirikan pada 17 Maret 1997. Status sekolah adalah sekolah negeri dengan akreditasi A. Jumlah siswa sekolah ini sebanyak 321 siswa yang terdiri dari 118 siswa laki-laki dan 203 siswa perempuan. Sedangkan

jumlah total guru sebanyak 34 yang terdiri dari 16 guru laki-laki dan 18 guru perempuan.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas dilakukan pada tanggal 26 Februari 2024. Responden yang digunakan untuk uji validitas berbeda dengan sasaran penelitian. Responden uji validitas instrumen berjumlah 30 siswa yang bersekolah di MAN 2 Ngawi yang terletak di Jalan Raya Paron No. 02 RT.01/RW.01, Paron, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. Kuesioner disebarkan dalam bentuk *hardfile* kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan.

Uji Validitas instrumen menggunakan *Pearson Product Moment*. Uji validitas dilakukan dengan $n=20$ pada signifikansi 5% yang memiliki r tabel = 0,361. Instrumen dikatakan valid apabila hasil perhitungan r hitung > r tabel pada taraf signifikansi 5% dan dapat digunakan untuk penelitian. Didapatkan hasil skor valid sebanyak 15 soal dari 25 soal pengetahuan serta terdapat 11 soal valid dari 18 soal sikap. Soal yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian.

3. Media Edukasi

Media yang digunakan pada penelitian ini yaitu media *web* Mices dan *facebook*. Media pada penelitian ini memiliki isi yang sama. Isi materi yang terdapat dalam media terdiri dari pengertian stunting, tanda-tanda stunting, penyebab stunting, dampak stunting, serta pencegahan stunting

yang dapat dilakukan oleh remaja. Materi disampaikan dalam bentuk tulisan dan gambar atau poster.

Kedua media telah divalidasi oleh ahli media dan ahli materi. Uji media dilakukan oleh seseorang yang memiliki keahlian dibidang media dan desain. Sedangkan uji materi dilakukan oleh ahli gizi puskesmas. Uji media memperoleh skor dalam persen yaitu 83,5% pada media web Mices dan 89,3% pada media *facebook*. Skor yang diperoleh termasuk kategori sangat layak dengan kesimpulan bahwa media *web Mices* dan *facebook* layak digunakan sebagai media penelitian tanpa dilakukan revisi. Sedangkan uji materi memperoleh skor 97,14% dengan kesimpulan bahwa materi yang terdapat dalam media layak untuk digunakan namun dengan revisi. Berikut tampilan media yang digunakan



Gambar 5. Media *web Mices*

Gambar 6. Media *facebook*

4. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasi berdasarkan jenis kelamin dan usia. Responden dalam penelitian ini berjumlah 76 siswa yang terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu 38 siswa kelas 11 MAN 3 Ngawi sebagai kelompok eksperimen dan 38 siswa MAN 4 Ngawi sebagai kelompok kontrol.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Variabel	Kelompok Intervensi				Total	<i>p</i>	
	Eksperimen (<i>web</i> Mices)		Kontrol (<i>facebook</i>)				
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%			
Jenis Kelamin							
Laki-Laki	6	15,8	8	21,0	14	18,4	0,243
Perempuan	32	84,2	30	79,0	62	81,6	
Usia							
16 Tahun	11	28,9	25	65,8	36	47,4	0,902
17 Tahun	26	68,5	13	34,2	39	51,3	
18 tahun	0	0	0	0	0	0	
19 tahun	1	2,6	0	0	1	1,3	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa proporsi subyek penelitian pada kedua kelompok memiliki perbandingan yang sama

berdasarkan jenis kelamin dan usia. Secara statistik tidak menunjukkan hasil yang bermakna.

5. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji Saphiro-Wilk karena sampel kelompok intervensi dan kelompok kontrol kurang dari 50 sampel ($n < 50$). Berikut hasil uji normalitas.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas data *pre test-post test* dengan media *web Mices* dan *facebook* terhadap pengetahuan dan sikap

	Kelompok	<i>p-value</i>	Keterangan
Pengetahuan	<i>Web Mices</i>		
	<i>Pre test</i>	0,001	Tidak Normal
	<i>post test</i>	0,001	Tidak Normal
	<i>Facebook</i>		
	<i>Pre test</i>	0,018	Tidak Normal
	<i>Post test</i>	0,008	Tidak Normal
Sikap	<i>Web Mices</i>		
	<i>Pre test</i>	0,526	Normal
	<i>post test</i>	0,221	Normal
	<i>Facebook</i>		
	<i>Pre test</i>	0,096	Normal
	<i>Post test</i>	0,565	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa data yang diperoleh pada pengetahuan tidak terdistribusi normal karena $p < 0,05$, sehingga analisis yang digunakan yaitu uji Wilcoxon untuk data yang berpasangan yaitu *pre test* dan *post test* dengan media *web Mices* serta *pre test* dan *post test* dengan media *facebook*. Uji Man-Whitney untuk data yang tidak berpasangan yaitu *pre test* pengetahuan dengan media *web Mices* dan *facebook* serta *post test* pengetahuan dengan media *web Mices* dan *facebook*.

Dari hasil uji normalitas diperoleh pada sikap terdistribusi normal karena $p > 0,05$, sehingga analisis data yang digunakan yaitu uji *paired sample t-test* untuk data yang berpasangan yaitu *pre test* dan *post test* dengan media *web Mices* serta *pre test* dan *post test* dengan media *facebook*. Uji *independent sample t-test* untuk data yang tidak berpasangan yaitu *pre test* sikap dengan media *web Mices* dan *facebook* serta *post test* pengetahuan dengan media *web Mices* dan *facebook*.

6. Distribusi Skor Pengetahuan dan Sikap

Distribusi skor pengetahuan dan sikap dapat dilihat pada tabel berikut.

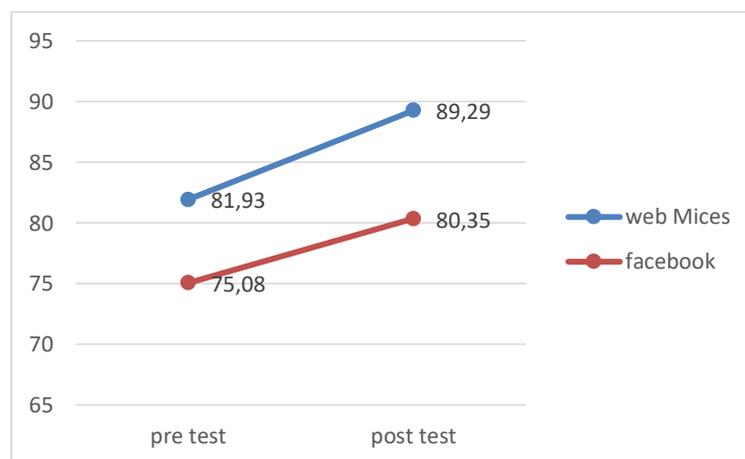
Tabel 8. Distribusi Nilai *Pre test* dan *Post test* pada Kelompok *web Mices* dan Kelompok *facebook*

Variabel	Nilai		Mean \pm SD	
	Min	Max		
Pengetahuan	<i>Pre test</i>			
	<i>Web Mices</i>	53,33	100	81,93 \pm 10,61
	<i>Facebook</i>	40,00	100	75,08 \pm 6,4
	<i>Post test</i>			
	<i>Web Mices</i>	73,33	100	89,29 \pm 15,08
	<i>Facebook</i>	52,22	100	80,35 \pm 12,19
Sikap	<i>Pre test</i>			
	<i>Web Mices</i>	65,91	97,73	78,99 \pm 7,6
	<i>Facebook</i>	68,18	95,45	81,57 \pm 5,4
	<i>Post test</i>			
	<i>Web Mices</i>	68,18	95,45	83,34 \pm 7,09
	<i>Facebook</i>	63,64	100	81,10 \pm 7,6

Berdasarkan tabel 8, diketahui bahwa nilai kelompok dengan media *web Mices* lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai kelompok *facebook*.

7. Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Intervensi

Distribusi frekuensi kategori skor pengetahuan tentang stunting sebelum dan sesudah dilakukan intervensi dapat dilihat pada gambar berikut.

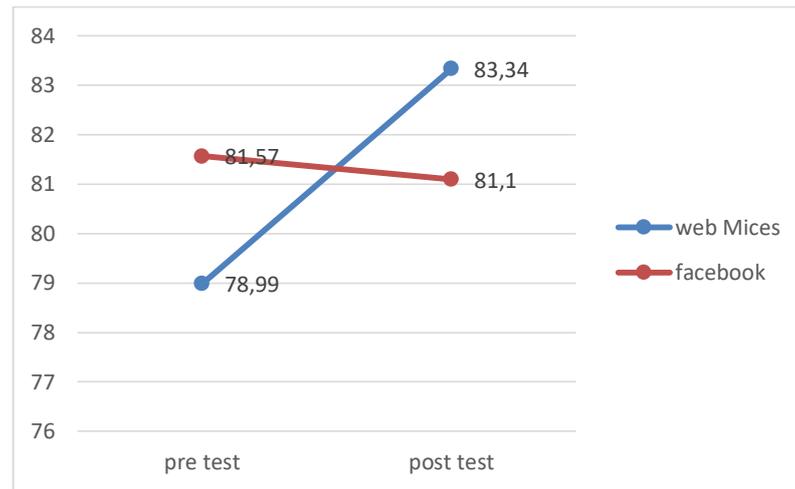


Gambar 7. Grafik pengetahuan sebelum dan sesudah intervensi

Berdasarkan grafik tersebut, diketahui rata-rata skor pengetahuan kelompok *web Mices* lebih tinggi daripada kelompok *facebook*. Diketahui bahwa kelompok *web Mices* dan kelompok *facebook* terjadi peningkatan skor pengetahuan dari *pre test* ke *post test*.

8. Sikap Sebelum dan Sesudah Intervensi

Distribusi frekuensi kategori skor pengetahuan tentang stunting sebelum dan sesudah dilakukan intervensi dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 8. Grafik sikap sebelum dan sesudah dilakukan intervensi

Berdasarkan grafik diatas, diketahui bahwa nilai *pre test* pada kelompok *facebook* lebih tinggi daripada kelompok *web Mices*. Namun, terjadi penurunan rata-rata skor sikap pada kelompok *facebook* dan terjadi peningkatan pada kelompok *web Mices*. Sehingga nilai *post test* kelompok *web Mices* lebih tinggi dibandingkan kelompok *facebook*.

9. Pengaruh Media terhadap Pengetahuan

Pengaruh intervensi dengan media *web Mices* dan media *facebook* terhadap pengetahuan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 9. Pengaruh media terhadap pengetahuan

Variabel	<i>Pre test</i>	<i>Post test</i>	Δ	<i>p value</i> *
	Mean \pm SD	Mean \pm SD		
Eksperimen (<i>web Mices</i>)	81,93 \pm 10,61	89,29 \pm 15,08	7,36	0,000
Kontrol (<i>facebook</i>)	75,08 \pm 6,4	80,35 \pm 12,19	5,27	0,027
<i>p value</i> **	0,059	0,002		

*uji beda berpasangan

**uji beda tidak berpasangan

Berdasarkan tabel 9, analisis sampel berpasangan menunjukkan hasil bahwa kedua perlakuan memberikan pengaruh terhadap pengetahuan siswa tentang stunting. Diketahui hasil analisis pada kelompok eksperimen menunjukkan bahwa *web Mices* dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan pengetahuan tentang stunting pada siswa ($p < 0,05$). Begitu juga pada kelompok kontrol yang menunjukkan bahwa media *facebook* mampu meningkatkan pengetahuan tentang stunting ($p < 0,05$).

Analisis antara kelompok *web Mices* dan kelompok *facebook* menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap hasil pengetahuan sebelum diberikan intervensi ($p > 0,05$). Sedangkan perbandingan nilai *post test* antara kelompok *web Mices* dan kelompok *facebook* menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap hasil nilai pengetahuan ($p < 0,05$).

10. Pengaruh Media terhadap Sikap

Pengaruh intervensi dengan media *web Mices* dan media *facebook* terhadap sikap dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10. Pengaruh Media terhadap Sikap

Variabel	<i>Pre test</i>	<i>Post test</i>	Δ	<i>P value</i> *
	Mean \pm SD	Mean \pm SD		
Eksperimen (<i>web Mices</i>)	78,99 \pm 7,6	83,34 \pm 7,09	4,35	0,000
Kontrol (<i>facebook</i>)	81,57 \pm 5,4	81,10 \pm 7,6	-0,47	0,644
<i>p value</i> **	0,093	0,187		

*uji beda berpasangan

**uji beda tidak berpasangan

Berdasarkan tabel 10, analisis sampel berpasangan menunjukkan hasil kelompok eksperimen dengan *web Mices* dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan sikap tentang stunting pada siswa ($p < 0,05$). Namun pada kelompok dengan menggunakan media *facebook* tidak memberikan pengaruh terhadap sikap ($p > 0,05$). Diketahui pada kelompok media *facebook* terjadi penurunan nilai rata-rata sebesar 0,47.

Sedangkan analisis antara kelompok *web Mices* dan kelompok *facebook* menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap hasil sikap sebelum dan sesudah diberikan intervensi ($p > 0,05$).

11. Efektivitas Media terhadap Pengetahuan

Untuk mengetahui efektivitas media terhadap peningkatan pengetahuan tentang srunting, dapat dilihat dari selisih skor *pre test* dan *post test* pada kelompok perlakuan menggunakan media *web Mices* dengan selisih skor *pre test* dan *post test* pada kelompok perlakuan menggunakan media *facebook*.

Tabel 11. Efektivitas Media terhadap Peningkatan Pengetahuan

Variabel	Mean Rank	Δ	P
<i>web Mices</i>	40,47	3,94	0,427
<i>facebook</i>	36,53		

Berdasarkan tabel 11, menunjukkan hasil tidak terdapat perbedaan yang signifikan dan dapat di simpulkan bahwa media *web Mices* dan media *facebook* menunjukkan efektivitas yang sama dalam meningkatkan pengetahuan tentang stunting pada siswa.

12. Efektivitas Media terhadap Sikap

Untuk mengetahui efektivitas media terhadap peningkatan sikap tentang srunting, dapat dilihat dari selisih skor *pre test* dan *post test* pada kelompok perlakuan menggunakan media *web Mices* dengan selisih skor *pre test* dan *post test* pada kelompok perlakuan menggunakan media *facebook*.

Tabel 12. Efektivitas Media terhadap Sikap

Variabel	Mean Rank	Δ	P
<i>web Mices</i>	4,49	4,04	0,001
<i>facebook</i>	0,45		

Berdasarkan tabel 12, menunjukkan hasil terdapat perbedaan yang signifikan dan dapat disimpulkan bahwa media *web Mices* lebih efektif dibandingkan dengan media *facebook*.

B. Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Siswa MAN yang masuk dalam kategori remaja dengan rentang usia 16-19 tahun dan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Berdasarkan Tabel 8, diketahui bahwa kedua kelompok memiliki perbandingan yang sama. Diketahui kedua kelompok telah mendapatkan edukasi kesehatan mengenai anemia dan pertolongan pertama pada kecelakaan yang diberikan oleh puskesmas.

Penelitian menemukan bahwa banyak kesalahan dalam menjawab soal terkait penyebab stunting, seperti paparan asap rokok, kekurangan gizi pada remaja, dan kurangnya pengetahuan ibu. Hal ini disebabkan kedua

kelompok belum pernah mendapatkan edukasi tentang stunting sehingga pengetahuan tentang stunting masih terbatas bagi mereka. Menurut WHO (*World Health Organization*) masa remaja adalah fase kehidupan antara masa anak-anak dan dewasa yang dimulai sejak usia 10 hingga 19 tahun. Usia remaja merupakan masa yang penting untuk meletakkan dasar kesehatan yang baik. Pemilihan remaja sebagai responden dalam penelitian karena remaja dapat bertindak sebagai agen perubahan (Siswati *et al*, 2022). Stunting adalah permasalahan gizi yang mengancam kualitas hidup generasi penerus (Adhyka, Nurmaines *et al*, 2023). Oleh karena itu keterlibatan remaja dalam penanggulangan stunting merupakan hal yang sangat penting dan diharapkan remaja dapat meningkatkan pengetahuan dan sikap sebagai upaya dalam pencegahan stunting sejak dini.

2. Pengaruh Media terhadap Pengetahuan dan Sikap

Berdasarkan Tabel 9, analisis yang dilakukan pada nilai pengetahuan tentang stunting pada siswa Madrasah Aliyah diperoleh hasil bahwa intervensi menggunakan media *web* Mices dan media *facebook* memberikan pengaruh dan dapat meningkatkan skor pengetahuan siswa tentang stunting sebelum dan setelah intervensi ($p < 0,05$). Sedangkan pada Tabel 10, analisis sikap tentang stunting pada siswa Madrasah Aliyah diperoleh bahwa intervensi menggunakan media *web* Mices mampu meningkatkan skor sikap pada siswa ($p < 0,05$). Namun pada kelompok dengan media *facebook* terdapat penurunan skor sikap dan media *facebook* tidak memberikan pengaruh terhadap sikap ($p > 0,05$).

Penggunaan *website* merupakan bentuk pemanfaatan teknologi internet dan dapat membantu kegiatan manusia sehari-hari (Apridonal, Y *et al*, 2022). Penggunaan *website* dapat diakses dengan mudah, membutuhkan sedikit ruang penyimpanan, dan dapat diakses menggunakan *desktop* atau *mobile* (Lolita *et al*, 2023). Jika dibandingkan dengan aplikasi, penggunaan media *website* lebih ringan karena hanya mengandalkan *browser* atau mesin telusur yang sudah terpasang di *handphone* (Rachmadyansyah dan Khairunisa, 2021). Penggunaan media sosial *facebook* sebagai media belajar dapat mendorong kualitas belajar siswa dengan memanfaatkan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi dan berbagi informasi yang terkait dengan pendidikan (Sari, Amaluddin, dan Andrias, 2023).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lathifa dan Mahmudiono (2020) yang berjudul “Pengaruh Media Edukasi Gizi Berbasis *Web* terhadap Perilaku Makan Gizi Seimbang Remaja SMA Surabaya” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh media edukasi berbasis *web* terhadap peningkatan pengetahuan gizi seimbang sebelum dan sesudah intervensi dibuktikan dengan nilai ($p = 0,000$). Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian Fitriyani & Kurniasari (2022) yang menyatakan penyampaian pendidikan melalui media *website* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan untuk remaja tentang diabetes mellitus. Pada penelitian Farikhah (2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh media edukasi berupa *infografis* dan *web*

terhadap peningkatan pengetahuan gizi seimbang sebelum dan setelah intervensi. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah *et al*, 2019) dengan judul “Pengaruh Edukasi Gizi melalui Media *Facebook* terhadap Pengetahuan Anemia dan Konsumsi Protein, Zat Besi, dan Vitamin C pada Remaja Putri” yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan bermakna pada skor rata-rata pengetahuan anemia sebelum dan sesudah diberikan intervensi. Selain itu, penelitian (Munawwaroh *et al*, 2022) menyatakan bahwa rata-rata skor pengetahuan ibu pada kelompok eksperimen lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lathifa dan Mahmudiono (2020) yang menyatakan bahwa perubahan sikap pada kelompok *web* menunjukkan tingkat sikap gizi yang lebih baik dibandingkan dengan kelompok *leaflet*. Penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak (2022) dengan judul “Pengaruh Inovasi Edukasi Gizi Masyarakat Berbasis *Social Media Marketing* terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku dalam Upaya Pencegahan Stunting” yang menyatakan bahwa kelompok dengan media sosial *facebook* memiliki nilai rata-rata sikap terendah sementara media *twitter* memiliki nilai rata-rata tertinggi. Penelitian ini didukung dengan penelitian (Herliah *et al*, 2022) yang menyatakan terdapat pengaruh terhadap sikap sebelum dan setelah diberikan intervensi pada remaja putri menggunakan *She Smart* berbasis web.

Kedua media memiliki pengaruh yang sama yaitu mampu meningkatkan pengetahuan tentang stunting pada siswa Madrasah Aliyah. Media berisi pengetahuan dan informasi terkait dengan pengertian stunting, dampak stunting, penyebab stunting, hingga cara pencegahan stunting yang dimulai sejak remaja. Informasi yang terdapat dalam media disajikan dalam bentuk yang menarik dan mudah dipahami sehingga dapat membantu meningkatkan pengetahuan siswa dalam pembelajaran. Hal tersebut sesuai dengan peran media sebagai alat, bahan, atau keadaan yang digunakan sebagai pembawa informasi atau pesan pembelajaran yang dibutuhkan oleh siswa (Miftah, 2013). Hal ini sejalan dengan penelitian (Nurfadhillah *et al*, 2022) bahwa media pembelajaran yang menarik dapat menjadi stimulus dalam proses pembelajaran.

Pada kelompok eksperimen, terjadi peningkatan rata-rata nilai sikap, namun terjadi penurunan rata-rata nilai sikap pada kelompok kontrol. Menurut (Zaifulah *et al*, 2021) menyatakan bahwa keberhasilan dari proses masuknya atau penerimaan informasi melibatkan perhatian penerima selama informasi tersebut disampaikan. Teori ini dapat dikaitkan dengan respon kedua kelompok. Perhatian atau respon dari kelompok eksperimen lebih bagus dibandingkan dengan kelompok kontrol yang dilihat dari konfirmasi yang dilakukan oleh siswa, keaktifan siswa dalam penerimaan informasi, dan respon melalui *WhatsApp Group*. Hal tersebut dapat menjadi salah satu penyebab dari penurunan rata-rata pada kelompok kontrol.

3. Perbedaan Rata-rata Skor Pengetahuan dan Sikap

Setelah dilakukan uji perbedaan pada variabel pengetahuan menunjukkan bahwa kemampuan awal siswa kelompok eksperimen dan kelompok kontrol adalah sama. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata nilai *pre test* kedua kelompok yang tidak jauh berbeda. Namun, perbandingan nilai *post test* antara kelompok *web Mices* dan kelompok *facebook* menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap hasil nilai pengetahuan ($p < 0,05$). Hasil uji efektivitas media terhadap pengetahuan menunjukkan bahwa kedua media memiliki efektivitas yang sama dalam meningkatkan pengetahuan ($p > 0,05$). Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok *web Mices* dan kelompok media *facebook* terhadap peningkatan pengetahuan, namun tidak dapat dilihat media yang lebih baik dalam peningkatan pengetahuan karena kedua media memiliki efektivitas yang sama.

Sedangkan untuk uji perbedaan pada variabel sikap, tidak terdapat perbedaan skor rata-rata *pre test* dan *post test* antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol ($p > 0,05$). Diketahui Hasil *post test* menunjukkan nilai yang tidak jauh berbeda. Hasil uji efektivitas menunjukkan bahwa media *web Mices* lebih baik dalam meningkatkan sikap daripada media *facebook* ($p < 0,05$).

Hal ini sejalan dengan penelitian Dwinugraha *et al* (2021) tentang “Pendidikan Gizi Berbasis Website Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap tentang Seribu Hari Pertama Kehidupan pada Remaja”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antar kelompok untuk skor pengetahuan gizi pada *post test* II. Perbedaan yang signifikan pada *pre test* , *post test* I, *post test* II antar kelompok perlakuan menunjukkan bahwa pendidikan melalui *website* dan *booklet* memberi pengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan gizi, namun tidak dapat dilihat media mana yang lebih baik terhadap kontribusi peningkatan pengetahuan gizi (Dwinugraha *et al*, 2021).

Penelitian Lathifa dan Mahmudiono (2020) menyatakan bahwa edukasi dengan media *web* memberikan pengaruh yang positif terhadap sikap. Kelompok dengan media *web* menunjukkan peningkatan sikap yang lebih baik daripada kelompok *leaflet* (Lathifa dan Mahmudiono, 2020).

Tidak adanya perbedaan pada skor *pre test* pengetahuan dan sikap menunjukkan bahwa kemampuan awal siswa memiliki kesamaan. Hal ini dikarenakan kedua kelompok belum pernah mendapatkan edukasi tentang stunting. Peningkatan pengetahuan menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dalam media dapat diterima karena *web* Mices dan *facebook* disajikan dalam bentuk gambar dan tulisan yang hanya mengandalkan indera pengelihatan saja. Kedua media mampu meningkatkan pengetahuan. Namun hasil *post test* pengetahuan pada kelompok eksperimen memiliki peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan

kelompok kontrol. Adanya perbedaan yang signifikan antar kedua kelompok dapat disebabkan oleh keaktifan siswa. Siswa yang lebih aktif akan membangun sendiri pengetahuannya sehingga memperoleh pemahaman yang mendalam terkait apa yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Priyanto *et al*, 2021) bahwa keaktifan siswa merupakan salah satu indikator yang sangat berpengaruh pada proses pembelajaran karena dapat mempengaruhi pengetahuan dan nilai akhir yang dicapai.

Sedangkan pada variabel sikap, diketahui tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Hal ini dikarenakan skor nilai rata-rata *pre test* pada kelompok kontrol lebih tinggi daripada kelompok eksperimen. Namun terjadi penurunan sikap pada kelompok kontrol sehingga hasil analisis menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Penurunan rata-rata sikap juga dapat disebabkan oleh respon siswa dalam menerima intervensi dan tingkat keaktifan bertanya siswa. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rahmayanti *et al*, 2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh keaktifan bertanya terhadap hasil belajar siswa. Selain itu, peneliti tidak dapat mengontrol dan mengetahui secara pasti apakah siswa membaca kembali materi yang telah dibagikan atau tidak walaupun media sudah dibagikan dan peneliti sudah mengingatkan melalui *WhatsApp Group*.