

PENGARUH MEDIA ANIMASI TERHADAP PENGETAHUAN GIGI BERJEJAL DAN MINAT PENGGUNAAN ALAT ORTODONTI DI KLINIK SWASTA

Shafa Ananda Aulia¹, Wiworo Haryani², Dewi Risnawati³
^{1,2,3}Jurusan Kesehatan Gigi, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta
Jl. Kyai Mojo No. 56, Pingit, Yogyakarta
email : shafaananda64@gmail.com, haryaniwiworo@gmail.com,
dewijkgyk@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang : Prevalensi gigi berjejal mencapai 60-70% di Indonesia berdasarkan Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023. Hal ini berkaitan dengan rendahnya Pengetahuan Gigi Berjejal dan Minat Penggunaan Alat Ortodonti sehingga menjadi faktor risiko yang menunjukkan perlunya edukasi kesehatan yang tepat, seperti penggunaan media video yang menarik dan informatif.

Tujuan : Diketuainya pengaruh media video animasi terhadap pengetahuan gigi berjejal dan minat penggunaan alat ortodonti di klinik swasta.

Metode : Penelitian ini menggunakan metode eksperimen semu (*quasi-experiment*) dengan pendekatan Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel 60 responden yang terbagi menjadi dua kelompok, yaitu 30 responden kelompok eksperimen dan 30 responden kelompok kontrol. Penelitian dilakukan di bulan Mei-Juni 2025 di Klinik Swasta Kana Dental, Praktik drg. Krisna Amretasari, Sp.Ort, Jl. Parangtritis Km 8,5, Dadapan Kidul, Timbulharjo, Sewon, Bantul, DI Yogyakarta. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data menggunakan Uji *Wilcoxon* dan Uji *Mann Whitney*.

Hasil : Pengetahuan gigi berjejal sebelum dilakukan promosi yaitu dengan kriteria kurang (46,7%) menjadi kriteria baik (96,7%). Minat menggunakan alat ortodonti sebelum dilakukan promosi menggunakan media video yaitu dengan kriteria cukup (43,3%) menjadi kriteria baik (86,7%). Hasil *Uji Mann Whitney* pada variabel pengetahuan diperoleh nilai p-value 0,003 yang berarti ada perbedaan yang bermakna antara kelompok eksperimen dan kontrol. Variabel minat menggunakan *Uji Mann Whitney* memperoleh nilai p-value 0,491 yang berarti tidak ada pengaruh yang bermakna antara kelompok eksperimen dan kontrol.

Kesimpulan : Promosi menggunakan media video animasi berpengaruh terhadap pengetahuan gigi berjejal dan minat penggunaan alat ortodonti.

Kata kunci : Video Animasi, Gigi Berjejal, Minat, Ortodonti, Klinik Swasta

THE EFFECT OF ANIMATION MEDIA ON KNOWLEDGE OF CROWDED TEETH AND INTEREST IN USING ORTHODONTIC APPLIANCES IN PRIVATE CLINICS

Shafa Ananda Aulia¹, Wiworo Haryani², Dewi Risnawati³
^{1,2,3}Department of Dental Health, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta
Jl. Kyai Mojo No. 56, Pingit, Yogyakarta
email : shafaananda64@gmail.com, haryaniwiworo@gmail.com,
dewijkgyk@gmail.com

ABSTRACT

Background: The prevalence of crowded teeth reaches 60-70% in Indonesia based on the 2023 Indonesian Health Survey (SKI). This is related to the low Knowledge of Crowded Teeth and Interest in Using Orthodontic Devices, so it becomes a risk factor that indicates the need for proper health education, such as the use of interesting and informative video media.

Objective: To determine the effect of animated video media on knowledge of crowded teeth and interest in using orthodontic devices in private clinics.

Methods: This study used a quasi-experiment method with a sampling approach using simple random sampling with a sample size of 60 respondents divided into two groups, namely 30 respondents in the experimental group and 30 respondents in the control group. The study was conducted in May-June 2025 at the Kana Dental Private Clinic, Practice of drg. Krisna Amretasari, Sp.Ort, Jl. Parangtritis Km 8.5, Dadapan Kidul, Timbulharjo, Sewon, Bantul, DI Yogyakarta. The instrument used was a questionnaire. Data analysis using the Wilcoxon Test and the Mann Whitney Test.

Results: Knowledge of crowded teeth before promotion, namely with the criteria of less (46.7%) to good criteria (96.7%). Interest in using orthodontic appliances before promotion using video media, namely with the criteria of sufficient (43.3%) to good criteria (86.7%). The results of the Mann Whitney Test on the knowledge variable obtained a p-value of 0.003, which means there is a significant difference between the experimental and control groups. The interest variable using the Mann Whitney Test obtained a p-value of 0.491, which means there is no significant effect between the experimental and control groups.

Conclusion: Promotion using animated video media has an effect on knowledge of crowded teeth and interest in using orthodontic appliances.

Keywords: Animated Video, Crowded Teeth, Interest, Orthodontics, Private Clinic