

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UPTD Puskesmas Piyungan, salah satu fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama di bawah Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul yang berlokasi di Jalan Jogja–Wonosari Km. 12, Bantaran Wetan, Kalurahan Srimulyo, Kapanewon Piyungan, Daerah Istimewa Yogyakarta. Puskesmas ini menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang bersifat promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif bagi masyarakat di wilayah kerjanya.

Wilayah kerja UPTD Puskesmas Piyungan meliputi tiga kalurahan, yaitu Srimulyo, Sitimulyo, dan Srimartani, yang mencakup 60 padukuhan dan 340 RT dengan luas wilayah sekitar 33,26 km². Berdasarkan Profil Kesehatan UPTD Puskesmas Piyungan Tahun 2025, jumlah penduduk di wilayah kerja mencapai 54.710 jiwa, terdiri atas 27.230 laki-laki dan 27.480 perempuan, yang tersebar di Kalurahan Sitimulyo (18.586 jiwa), Srimulyo (18.520 jiwa), dan Srimartani (17.604 jiwa).

Puskesmas Piyungan memiliki visi “*Mewujudkan Masyarakat Piyungan yang Sehat*” melalui penyelenggaraan pelayanan kesehatan yang bermutu dan berorientasi pada masyarakat. Berbagai program pelayanan yang diselenggarakan meliputi pelayanan kesehatan ibu dan anak (KIA), keluarga berencana (KB), antenatal care (ANC), persalinan, imunisasi, pelayanan gizi, promosi kesehatan, laboratorium, farmasi, serta program pencegahan dan pengendalian penyakit. Selain pelayanan di dalam gedung, puskesmas juga melaksanakan kegiatan luar gedung seperti posyandu, kelas ibu hamil, penyuluhan kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat.

Puskesmas Piyungan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki cakupan pelayanan kesehatan ibu yang luas, aktif

melaksanakan program promosi kesehatan dan edukasi pencegahan stunting, serta memiliki jumlah sasaran ibu yang memadai untuk memenuhi kebutuhan sampel penelitian mengenai pengaruh media sosial TikTok terhadap tingkat pengetahuan ibu tentang stunting.

2. Analisis Deskriptif

a. Karakteristik responden

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kelompok Tik tok		Kelompok <i>Leaflet</i>		Total	
		n	%	n	%	n	%
1.	Usia						
	a. 20 – 33 tahun	17	42,5	22	55	39	49
	b. 34 – 45 tahun	23	57,5	18	45	41	51
	Jumlah	40	100	40	100	80	100
2.	Pekerjaan						
	a. Bekerja	18	45	20	50	38	47,5
	b. Tidak Bekerja	22	55	20	50	42	52,5
	Jumlah	40	100	40	100	80	100
3.	Jumlah anak						
	a. (1-2)	38	95	33	82,5	71	88,9
	b. (3-4)	2	5	7	17,5	9	11,1
	Jumlah	40	100	40	100	80	100
4.	Pendidikan						
	a. SD – SMP	11	27,5	10	25	21	26,2
	b. SLTA	23	57,5	20	50	43	54
	c. D1 – S3	6	15	10	25	16	20,8
	Jumlah	40	100	40	100	80	100

Hasil penelitian karakteristik responden menunjukkan bahwa pada kelompok tik tok mayoritas responden berusia 34–45 tahun (57,5%), sedangkan pada kelompok leaflet mayoritas berusia 20–33 tahun (55%). Secara keseluruhan, responden didominasi oleh kelompok usia 34–45 tahun (51%).

Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden pada kelompok tik tok tidak bekerja (55%), sedangkan pada kelompok leaflet proporsi responden yang bekerja dan tidak bekerja sama besar (masing-masing 50%). Secara keseluruhan, mayoritas responden tidak bekerja (52,5%).

Karakteristik berdasarkan jumlah anak menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada kedua kelompok memiliki 1–2 anak, yaitu sebesar 95% pada kelompok tik tok dan 82,5% pada kelompok leaflet. Secara keseluruhan, responden didominasi oleh ibu yang memiliki 1–2 anak (88,9%).

Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden pada kedua kelompok memiliki pendidikan terakhir SLTA, yaitu sebesar 57,5% pada kelompok tik tok dan 50% pada kelompok leaflet. Secara keseluruhan, pendidikan terakhir responden didominasi oleh lulusan SLTA (54%).

Secara umum, karakteristik responden pada kedua kelompok relatif serupa, yaitu didominasi oleh ibu berusia produktif, tidak bekerja, memiliki 1–2 anak, dan berpendidikan terakhir SLTA. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan ibu dengan latar belakang pendidikan menengah yang berpotensi menerima informasi kesehatan melalui media sosial TikTok sebagai media edukasi stunting.

b. Uji Normalitas Skor Pengetahuan *Pre-Test* dan *Post-Test*

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data skor pengetahuan ibu pada kelompok tik tok dan kelompok *leaflet* berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, jumlah sampel masing-masing kelompok adalah 40 responden ($n < 50$), sehingga uji normalitas yang digunakan sebagai dasar interpretasi adalah *Shapiro-Wilk*.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Data Skor Pengetahuan Pre – Test dan Post – Test pada Kelompok Tik tok dan Kelompok Leaflet

Variabel	Kelompok Tik tok		Kelompok Leaflet	
	n	<i>P - Value</i>	n	<i>P - Value</i>
Pre Test Pengetahuan	40	0,006	40	0,003
Post Test Pengetahuan	40	0,000	40	0,005

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) pada pre-test kelompok tik tok sebesar 0,006, sedangkan pada

post-test kelompok tik tok sebesar 0,000. Pada kelompok leaflet, nilai signifikansi pre-test sebesar 0,003 dan post-test sebesar 0,005. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data skor pengetahuan pada *pre-test* maupun *post-test*, baik pada kelompok tik tok maupun kelompok leaflet, tidak berdistribusi normal.

3. Analisis Bivariat

a. Analisis pengetahuan sebelum dan sesudah perlakuan

1) Analisis pengetahuan sebelum dan sesudah perlakuan pada Kelompok Tik tok

Tabel 6 Hasil Analisis Perbedaan Skor Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Intervensi pada Kelompok Tik tok

Variabel	Mean	N	P - value
Pre test	59,00	40	0,000
Post test	94,25	40	0,000

Tabel diatas menunjukkan bahwa pada kelompok tik tok yang diberikan edukasi melalui media sosial TikTok, rata-rata (mean) tingkat pengetahuan ibu tentang stunting sebelum intervensi (pre-test) sebesar 59,00. Setelah diberikan intervensi, rata-rata tingkat pengetahuan meningkat menjadi 94,25. Hasil uji *Wilcoxon Signed Ranks Test* menunjukkan nilai $p < 0,001$, sehingga terdapat perbedaan yang bermakna antara nilai pre-test dan post-test pada kelompok tik tok.

2) Analisis pengetahuan sebelum dan sesudah perlakuan pada Kelompok Leaflet

Tabel 7 Hasil Analisis Perbedaan Skor Pengetahuan Pre – Test dan Post Test pada Kelompok Leaflet

Variabel	Mean	N	P - value
Pre test	58,25	40	0,000
Post test	73,00	40	0,000

Pada kelompok leaflet yang diberikan edukasi menggunakan leaflet, rata-rata (mean) tingkat pengetahuan sebelum intervensi

sebesar 58,25, kemudian meningkat menjadi 73,00 setelah intervensi. Hasil uji *Wilcoxon Signed Ranks Test* juga menunjukkan nilai $p < 0,001$, sehingga terdapat perbedaan yang bermakna antara nilai pre-test dan post-test pada kelompok leaflet.

b. Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Pengetahuan Ibu tentang Stunting di Puskesmas Piyungan

Tabel 8 Hasil Uji *Mann-Whitney* Perbedaan Skor Pengetahuan antara Kelompok Tik tok dan Kelompok Leaflet

Kelompok	n	Mean Rank	P - Value
Tik tok	40	56,70	0,000
Leaflet	40	24,30	0,000

Tabel diatas menunjukkan hasil uji *Mann-Whitney Test* bahwa pada kelompok tik tok yang diberikan edukasi melalui media sosial Tik Tok diperoleh *Mean Rank* sebesar 56,70, sedangkan pada kelompok leaflet yang diberikan edukasi menggunakan leaflet diperoleh *Mean Rank* sebesar 24,30. Jumlah responden pada masing-masing kelompok sebanyak 40 orang.

Nilai *Mean Rank* yang lebih tinggi pada kelompok tik tok menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan ibu tentang stunting setelah memperoleh edukasi melalui media sosial TikTok lebih baik dibandingkan dengan kelompok leaflet yang memperoleh edukasi menggunakan leaflet. Dengan demikian, media sosial TikTok terbukti lebih efektif dalam meningkatkan tingkat pengetahuan ibu tentang stunting di wilayah kerja Puskesmas Piyungan.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, kelompok tik tok memiliki rata-rata n-gain score sebesar 83,17% dengan simpangan baku sebesar 26,90, sedangkan kelompok leaflet memiliki rata-rata sebesar 34,00% dengan simpangan baku sebesar 29,19. Secara deskriptif, rata-rata peningkatan pengetahuan pada kelompok tik tok jauh lebih tinggi dibandingkan kelompok leaflet.

Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memperoleh edukasi menggunakan media sosial Tik Tok mengalami peningkatan pengetahuan yang lebih besar dibandingkan responden pada kelompok leaflet.

Sebelum dilakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas terhadap data *n-gain score* menggunakan uji Shapiro–Wilk karena jumlah sampel pada masing-masing kelompok kurang dari 50 responden ($n = 40$). Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada kelompok tik tok sebesar 0,000, sedangkan pada kelompok leaflet sebesar 0,002. Kedua nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data *n-gain score* pada kedua kelompok tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis perbedaan antara kedua kelompok dilakukan menggunakan uji nonparametrik *Mann–Whitney*.

Hasil uji *Mann–Whitney* menunjukkan bahwa kelompok tik tok memiliki mean rank sebesar 55,70, sedangkan kelompok leaflet memiliki mean rank sebesar 25,30. Nilai mean rank yang lebih tinggi pada kelompok tik tok menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan responden pada kelompok yang mendapatkan edukasi melalui media sosial TikTok lebih tinggi dibandingkan kelompok leaflet.

Selain itu, diperoleh nilai *Mann–Whitney U* sebesar 192,000, nilai *Z* sebesar -5,997, dan nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, terdapat perbedaan yang bermakna secara statistik pada nilai *N-gain score* antara kelompok tik tok dan kelompok leaflet.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa edukasi kesehatan menggunakan media sosial TikTok memberikan peningkatan pengetahuan yang lebih baik dibandingkan metode edukasi yang diberikan pada kelompok leaflet. Rata-rata *n-gain score* kelompok

tik tok yang mencapai 83,17% menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengalami peningkatan pengetahuan yang tinggi setelah memperoleh intervensi. Sebaliknya, kelompok leaflet hanya memperoleh rata-rata 34,00%, sehingga peningkatan pengetahuan yang terjadi relatif lebih rendah.

Secara keseluruhan, hasil analisis n-gain score menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok sebagai media edukasi kesehatan efektif dalam meningkatkan pengetahuan ibu mengenai stunting. Temuan ini didukung oleh hasil uji *Mann-Whitney* yang menunjukkan adanya perbedaan peningkatan pengetahuan yang signifikan antara kelompok tik tok dan kelompok leaflet ($p < 0,05$). Dengan demikian, media sosial TikTok dapat dipertimbangkan sebagai salah satu media edukasi yang efektif dalam penyampaian informasi kesehatan, khususnya mengenai pencegahan dan penanganan stunting.

B. Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah ibu yang memiliki balita di wilayah kerja Puskesmas Piyungan yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 80 orang, yang terdiri dari 40 responden pada kelompok tik tok yang diberikan edukasi melalui media sosial Tik Tok dan 40 responden pada kelompok leaflet yang diberikan edukasi menggunakan media leaflet. Pengambilan data dilaksanakan mulai tanggal 1 Juni 2026 sampai dengan 20 Juni 2026 di wilayah kerja Puskesmas Piyungan. Pengambilan sample menggunakan *simple random sampling*. data yang telah diperoleh diuji menggunakan analisis uji univariat, uji normalitas, dan uji analisis bivariat. Berikut pembahasan hasil penelitian :

1) Karakteristik ibu yang memiliki balita di Puskesmas Piyungan

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia, pekerjaan, jumlah anak, dan tingkat pendidikan. Responden penelitian

berjumlah 80 ibu yang memiliki balita, terdiri dari 40 responden kelompok tik tok dan 40 responden kelompok leaflet.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 34–45 tahun, yaitu sebanyak 41 responden (51%), sedangkan responden yang berusia 20–33 tahun sebanyak 39 responden (49%). Pada kelompok tik tok, mayoritas responden berusia 34–45 tahun sebanyak 23 orang (57,5%), sedangkan pada kelompok leaflet sebagian besar berusia 20–33 tahun sebanyak 22 orang (55%).

Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden tidak bekerja, yaitu sebanyak 42 orang (52,5%), sedangkan responden yang bekerja sebanyak 38 orang (47,5%). Pada kelompok tik tok, responden yang tidak bekerja sebanyak 22 orang (55%), sedangkan pada kelompok leaflet jumlah responden yang bekerja dan tidak bekerja masing-masing sebanyak 20 orang (50%).

Berdasarkan jumlah anak, sebagian besar responden memiliki 1–2 anak, yaitu sebanyak 71 orang (88,9%), sedangkan responden yang memiliki 3–4 anak sebanyak 9 orang (11,1%). Pada kelompok tik tok terdapat 38 responden (95%) yang memiliki 1–2 anak, sedangkan pada kelompok leaflet sebanyak 33 responden (82,5%) memiliki 1–2 anak.

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SLTA, yaitu sebanyak 43 orang (54%), diikuti pendidikan SD–SMP sebanyak 21 orang (26,2%), dan pendidikan D1–S3 sebanyak 16 orang (20,8%). Baik pada kelompok tik tok maupun kelompok leaflet, sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SLTA.

2) Perbedaan pengetahuan sebelum dan setelah pada kelompok tik tok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan tingkat pengetahuan ibu tentang stunting setelah diberikan edukasi melalui media sosial TikTok pada kelompok tik tok. Nilai rata-rata (mean) pengetahuan meningkat dari 59,00 pada saat pre-test menjadi 94,25

pada saat post-test. Hasil uji Wilcoxon Signed Ranks Test menunjukkan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang bermakna antara tingkat pengetahuan sebelum dan sesudah pemberian edukasi melalui media sosial TikTok.

Berdasarkan hasil uji Ranks, sebanyak 39 responden (97,5%) mengalami peningkatan nilai pengetahuan setelah diberikan intervensi, sedangkan 1 responden (2,5%) memiliki nilai yang tetap dan tidak terdapat responden yang mengalami penurunan nilai. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar ibu mampu menerima dan memahami informasi mengenai stunting yang disampaikan melalui media sosial TikTok.

Peningkatan pengetahuan tersebut dapat terjadi karena media sosial TikTok menyajikan informasi dalam bentuk video yang menggabungkan unsur gambar, suara, teks, dan animasi sehingga materi lebih menarik dan mudah dipahami. Penyampaian informasi secara audiovisual juga memungkinkan responden mengulang kembali materi yang telah diterima apabila terdapat bagian yang belum dipahami. Kondisi ini membantu ibu memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pengertian stunting, penyebab, dampak, serta upaya pencegahannya.

Menurut Notoatmodjo (2018), pengetahuan merupakan hasil dari proses penginderaan seseorang terhadap suatu objek melalui pancaindra. Semakin banyak informasi yang diterima seseorang melalui media yang sesuai, maka semakin besar kemungkinan terjadinya peningkatan pengetahuan. Dalam penelitian ini, media sosial TikTok berperan sebagai media edukasi yang mempermudah penyampaian informasi kesehatan sehingga responden lebih mudah memahami materi yang diberikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Andayani dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa edukasi berbasis web mampu meningkatkan pengetahuan dan sikap ibu dalam pencegahan stunting. Penelitian

tersebut melaporkan adanya peningkatan skor pengetahuan setelah intervensi dengan hasil uji *Wilcoxon* menunjukkan $p < 0,05$, sehingga media digital dinilai efektif sebagai sarana edukasi kesehatan.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian Simanjuntak dkk. (2022) yang menyatakan bahwa edukasi gizi melalui media sosial mampu meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting. Media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses informasi kapan saja sehingga pesan kesehatan dapat diterima dengan lebih efektif dibandingkan metode konvensional.

Selain itu, penelitian Nursabilla dkk. (2024) menunjukkan bahwa edukasi kesehatan berbasis media digital memberikan peningkatan yang signifikan terhadap pengetahuan ibu mengenai stunting. Penggunaan media digital dinilai lebih menarik karena memadukan unsur visual dan audio sehingga meningkatkan perhatian dan pemahaman peserta selama proses edukasi.

3) Perbedaan pengetahuan sebelum dan setelah pada kelompok leaflet

Hasil penelitian menunjukkan adanya rata – rata skor dari 58,25 sebelum diberikan edukasi dan menjadi 73,00 setelah diberikan edukasi, hasil uji *Wilcoxon* menunjukkan perbedaan bermakna secara statistik ($p < 0,0001$). Meskipun demikian, peningkatan pengetahuan pada kelompok leaflet tidak sebesar kelompok yang memperoleh edukasi melalui media sosial Tik Tok. Rata-rata skor pengetahuan kelompok leaflet hanya meningkat sebesar 14,75 poin, sedangkan pada kelompok tik tok peningkatannya mencapai 35,25 poin. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa media leaflet memiliki keterbatasan dalam menarik perhatian responden dibandingkan media audiovisual yang menggabungkan unsur gambar bergerak, suara, teks, dan animasi. Informasi yang hanya disajikan dalam bentuk tulisan dan gambar statis membuat responden memerlukan usaha lebih untuk memahami isi materi, terutama pada ibu dengan tingkat pendidikan yang beragam.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Andayani dkk. (2024) yang melaporkan bahwa media edukasi konvensional tetap mampu meningkatkan pengetahuan ibu mengenai pencegahan stunting, namun efektivitasnya lebih rendah dibandingkan media edukasi digital yang bersifat interaktif. Media digital memberikan pengalaman belajar yang lebih menarik sehingga materi lebih mudah dipahami dan diingat oleh responden.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Daryanto (2016) yang menjelaskan bahwa media pembelajaran yang hanya mengandalkan visual memiliki daya tarik yang lebih rendah dibandingkan media audiovisual. Informasi yang diterima melalui kombinasi gambar, suara, dan gerakan akan merangsang lebih banyak indera sehingga proses penerimaan informasi menjadi lebih optimal dan menghasilkan retensi pengetahuan yang lebih baik.

Penelitian Prawiti dkk. (2024) juga menunjukkan bahwa paparan informasi kesehatan melalui media sosial berhubungan dengan meningkatnya perilaku pencegahan stunting pada ibu balita. Semakin sering seseorang memperoleh informasi melalui media digital, semakin tinggi peluang terbentuknya pengetahuan dan perilaku kesehatan yang positif. Hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa meskipun leaflet mampu meningkatkan pengetahuan, penggunaan media sosial seperti tik tok memberikan hasil yang lebih optimal.

Secara teoritis, teori pembelajaran multimedia yang dikemukakan oleh Mayer (2021) menjelaskan bahwa seseorang akan lebih mudah memahami dan mengingat informasi apabila materi disampaikan melalui kombinasi teks, gambar, audio, dan video secara bersamaan. TikTok memenuhi karakteristik tersebut karena menyajikan informasi dalam bentuk video singkat yang menarik, sehingga mampu meningkatkan perhatian, motivasi belajar, dan daya ingat responden dibandingkan leaflet yang hanya mengandalkan media cetak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa edukasi menggunakan leaflet masih efektif dalam meningkatkan pengetahuan ibu mengenai stunting, namun efektivitasnya belum mampu menyamai media sosial Tik Tok. Karakteristik Tik Tok yang interaktif, komunikatif, serta memanfaatkan unsur audiovisual membuat proses penyampaian informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami. Oleh karena itu, media sosial Tik Tok dapat dipertimbangkan sebagai alternatif media promosi kesehatan yang lebih efektif dibandingkan leaflet dalam meningkatkan pengetahuan ibu mengenai pencegahan stunting.

C. Kekurangan dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kekurangan yang menjadi evaluasi untuk penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Penelitian hanya mengukur perubahan tingkat pengetahuan ibu setelah diberikan edukasi melalui media sosial TikTok, sehingga belum dapat menggambarkan perubahan sikap maupun perilaku ibu dalam upaya pencegahan stunting.
2. Intervensi edukasi diberikan dalam waktu yang relatif singkat sehingga belum dapat mengetahui efektivitas media sosial TikTok dalam mempertahankan pengetahuan responden dalam jangka panjang.
3. Penelitian hanya menggunakan media sosial Tik Tok sebagai media edukasi sehingga belum dapat membandingkan efektivitasnya dengan media edukasi lainnya, seperti Instagram, YouTube, WhatsApp, atau media pembelajaran digital lainnya.
4. Penelitian belum mengevaluasi tingkat keterlibatan responden, seperti frekuensi menonton ulang video edukasi atau lama waktu mengakses materi, yang dapat memengaruhi peningkatan pengetahuan.

Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, yaitu :

1. Penelitian hanya dilakukan di Puskesmas Piyungan sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh ibu yang memiliki balita di wilayah lain dengan karakteristik yang berbeda.
2. Data penelitian diperoleh menggunakan kuesioner sehingga jawaban responden bergantung pada kejujuran, pemahaman, dan kemampuan responden dalam menjawab setiap pertanyaan.
3. Penelitian belum sepenuhnya mengendalikan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi tingkat pengetahuan ibu, seperti pengalaman memperoleh edukasi sebelumnya, akses terhadap informasi kesehatan, tingkat penggunaan media sosial, serta dukungan keluarga.
4. Jumlah sampel yang digunakan terbatas pada 80 responden, sehingga hasil penelitian perlu diuji kembali pada jumlah sampel yang lebih besar agar memiliki daya generalisasi yang lebih baik.