

Media Promosi Kesehatan *Hygiene* Sanitasi Pengolahan Makanan pada Industri Rumah Tangga Tempe

Media for Health Promotion Hygiene Food Processing Sanitation in the Tempe Home Industry

Dimas Dwi Yoga Saputra¹, Hanifa Maher Denny², Yuliani Setyaningsih³

Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT/ ABSTRAK

Article history

Received date
07 Jun 2021

Revised date
17 Jun 2021

Accepted date
12 Jul 2021

Keywords:

Food hygiene;
Health promotion,
Home industry;
Sanitation,
Tempe.

The majority of the people of Beji Village, Batu City, make a living as tempe craftsmen. Observations related to the sanitation hygiene of tempe processing workers are still not good. Based on the results of interviews with the head of the tempe craftsmen association in Beji Village, it is stated that there has never been any counseling related to sanitation hygiene. For this reason, promotion efforts are needed. Food processing hygiene and sanitation to increase knowledge of personal hygiene attitudes and practices at work. This study uses the Research and Development (R&D) design and the P-Process theoretical framework, namely from step 1 in the form of target analysis, step 2 strategic design, to step 3 media development. Questionnaires were given to 20 respondents and interviewed to explore the characteristics of respondents. In addition, validation tests were also carried out by 4 expert reviewers. Tempe home industry workers need additional information about personal hygiene standards and behavior at work. The media created were adapted to the characteristics of the respondents using Indonesian and the Malangan local language as slogans. The results of this study were posters, leaflets, and videos with messages about the importance of personal hygiene in working using a rational approach with the aim that the target gains new knowledge to increase knowledge Attitudes and practices of processing workers are related to the importance of personal hygiene at work.

Kata kunci:

Hygiene makanan;
Promosi kesehatan,
Industri rumah tangga;
Sanitasi;
Tempe.

Masyarakat Desa Beji Kota Batu mayoritas bermata pencaharian sebagai pengrajin tempe. Hasil pengamatan terkait dengan *hygiene* sanitasi pekerja pengolah tempe masih belum baik, hampir semua pekerja tidak menggunakan sarung tangan, sepatu kedap air, masker serta apron pada setiap rantai produksi pengolahan tempe. Berdasarkan hasil wawancara kepada ketua paguyuban pengrajin tempe Desa Beji disebutkan bahwa belum pernah ada sosialisasi maupun penyuluhan terkait dengan *hygiene* sanitasi makanan dari pihak Dinas Kesehatan maupun Puskesmas setempat. Untuk itu perlu usaha promosi *hygiene* dan sanitasi pengolahan makanan guna meningkatkan pengetahuan sikap dan praktik pekerja pengolahan terkait dengan pentingnya *hygiene* perseorangan dalam bekerja sehingga tempe yang diproduksi aman. Penelitian ini menggunakan rancangan *Riset and Development (R&D)* serta kerangka teori *P-Process* yaitu dari langkah 1 berupa analisis sasaran, langkah 2 desain strategi, hingga langkah 3 pengembangan media. Kuesioner diberikan kepada 20 responden dan wawancara untuk menggali karakteristik responden. Selain itu juga dilakukan uji validasi oleh *expert review* berjumlah 4 *reviewer* guna mendapatkan masukan atas *prototype* media promosi yang dikembangkan. Pekerja industri rumah tangga tempe membutuhkan penambahan informasi tentang standar kebersihan diri dan perilaku saat bekerja. Media yang dibuat disesuaikan dengan karakteristik responden dengan menggunakan bahasa Indonesia serta bahasa lokal Malangan sebagai slogan. Hasil dari penelitian adalah media poster, *leaflet*, dan video dengan pesan pentingnya personal *hygiene* dalam bekerja menggunakan pendekatan rasional dengan tujuan agar sasaran mendapatkan pengetahuan baru sehingga dapat meningkatkan pengetahuan sikap dan praktik pekerja pengolahan terkait dengan pentingnya *hygiene* perseorangan dalam bekerja.

Corresponding Author:

Dimas Dwi Yoga Saputra

Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro, Indonesia

Email: dwiyoga.k3@gmail.com

PENDAHULUAN

Penyakit bawaan makanan di berbagai negara menunjukkan 60% dari kasus disebabkan oleh buruknya teknik penanganan makanan dan terjadi kontaminasi pada saat disajikan di Tempat Pengelolaan Makanan (Longree, 1996). Berdasarkan data angka keracunan makanan Dinas Kesehatan Kota Batu tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 terjadi 4 kejadian keracunan makanan dengan angka *attack rate* 12% dan 22% (Dinas Kesehatan Kota Batu, 2019). Kecenderungan kejadian KLB keracunan pangan sebagian besar masih bersumber dari olahan pangan. Berdasarkan jenis pangan, umumnya yang menjadi penyebab KLB keracunan pangan berasal dari olahan rumah tangga (36%) (Kementerian Kesehatan RI, 2011).

Sebagai kota pariwisata, sebagian besar penduduk Kota Batu Propinsi Jawa Timur bekerja pada sektor penunjang pariwisata yaitu sektor perdagangan besar, industri rumah tangga, rumah makan dan hotel (BPS Kota Batu, 2018). Berdasarkan profil Desa Beji Tahun 2018, ditunjukkan bahwa mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai pengrajin tempe, oleh karena itu Desa Beji disebut juga dengan desa tempe. Untuk wilayah Kota Batu khususnya tempe yang dihasilkan Desa Beji ini sangat dikenal. Desa Beji merupakan desa di wilayah kecamatan Junrejo dan dibawah wilayah kerja Puskesmas Beji Kota Batu. Dalam sektor industri rumah tangga, Desa Beji mempunyai produk unggulan yaitu tempe (Planet Beji, 2018).

Berdasarkan studi pendahuluan di beberapa pengrajin tempe skala industri rumah tangga Desa Beji pada Bulan September 2019 diketahui sebagian besar pengrajin mengolah tempunya menggunakan cara tradisional dan mengandalkan padat karya. Dalam satu minggu, rata-rata industri rumah tangga tempe tersebut memproduksi selama enam hari kerja. Hasil pengamatan terkait dengan *hygiene* sanitasi personal pekerja pengolah tempe masih belum baik, hampir semua pekerja tidak menggunakan sarung tangan, sepatu kedap air, masker serta apron pada setiap rantai produksi pengolahan tempe. Berdasarkan hasil wawancara kepada ketua paguyuban pengrajin tempe Desa Beji disebutkan bahwa belum pernah ada sosialisasi maupun penyuluhan terkait dengan *hygiene* sanitasi makanan dari pihak Dinas Kesehatan maupun Puskesmas setempat.

Media promosi kesehatan dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan praktik terkait personal *hygiene* dalam bekerja (Notoatmodjo, 2003).

Berdasarkan penelitian Sorea tahun 2012 didapatkan hasil yaitu promosi kesehatan tentang SADARI pada remaja putri melalui media film lebih efektif terhadap peningkatan pengetahuan (Sorea, 2012). Hasil yang sama juga diteliti oleh Suhertusi, *et al.* bahwa penggunaan media promosi film lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan dibandingkan dengan *leaflet* (Suhertusi, *et al.*, 2014).

Berdasarkan studi pendahuluan dan dari beberapa penelitian terdahulu serta masih tingginya kasus KLB yang disebabkan keracunan pangan yang paling banyak pada olahan makanan rumah tangga di Kota Batu, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan media poster, *leaflet*, dan video untuk promosi kesehatan tentang *hygiene* sanitasi pengolahan makanan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan praktik terkait *hygiene* perseorangan di industri rumah tangga tempe wilayah kerja Puskesmas Beji Kota Batu.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar terutama bagi Dinas Kesehatan Kota Batu dan Puskesmas Beji untuk membuat program peningkatan pengetahuan, sikap dan praktik terkait *hygiene* sanitasi pengolahan makanan yang disesuaikan dengan kebutuhan serta dengan menggunakan media promosi kesehatan yang paling efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *R&D* (*Research and Development*) dengan rancangan penelitian *cross sectional* karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengembangkan media poster, *leaflet*, dan video untuk promosi kesehatan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono tahun 2015, bahwa penelitian *research and development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2015).

Prosedur penelitian ini mengacu pada kerangka teori *P-Process* yaitu dari langkah 1 berupa analisis sasaran, langkah 2 desain strategi, hingga langkah 3 pengembangan media (Septian, 2019). Pada langkah 1 dilakukan pengambilan data primer dari responden berjumlah 20 orang yaitu pekerja industri rumah tangga tempe wilayah kerja Puskesmas Beji Kota Batu dengan variabel berupa bahasa dan pengetahuan umum mengenai personal *hygiene*, karakteristik media yang diminati serta program promosi kesehatan dari Dinkes maupun Puskesmas yang pernah dilaksanakan disana.

Setelah diketahui karakteristik dasar responden dengan kuesioner dan wawancara mendalam maka dilakukan analisis untuk menentukan langkah 2 yakni desain strategi pesan dan *positioning*. Dari desain strategi tersebut selanjutnya dibuat *prototype*. *prototype* ini kemudian dilakukan uji validasi oleh *expert review* atau meminta pendapat ahli dalam bidang media promosi kesehatan berjumlah 4 orang ahli media yang ditentukan oleh peneliti untuk melakukan *review*.

Kritik dan saran hasil *expert review* menjadi bahan acuan untuk melakukan revisi pada *prototype*. Setelah itu dimulai proses produksi media poster, *leaflet* dan video. Proses produksi media dibantu oleh desainer grafis yang sesuai dengan arahan peneliti.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner dan wawancara kepada responden. Penelitian dilakukan pada minggu kedua bulan Februari 2021.

Penelitian ini telah melewati kaji etik dan mendapatkan *Ethical Clearance Certificate* dari komite etik penelitian kesehatan Politeknik Kesehatan Kemenkes Malang dengan Nomor Reg.No:038/KEPK-POLKESMA/2021.

HASIL

Langkah 1. Analisis sasaran, berdasarkan hasil observasi dan pengambilan data diketahui bahwa ada 17 KK di RW 03 Desa Beji yang mempunyai industri rumah tangga tempe. Jumlah rata-rata pekerja dari industri rumah tangga tersebut sebanyak 1 sampai dengan 4 orang yang sebagian besar merupakan keluarga sendiri. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 responden.

Berdasarkan hasil kuesioner didapatkan data berupa karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir. Sebesar 65% responden berjenis kelamin laki-laki dengan kategori umur lansia (46-65 tahun) sebesar 40%, kategori umur dewasa (26-46 tahun) sebesar 35% sedangkan kategori umur remaja (12-25 tahun) sebesar 25%. Pendidikan terakhir responden sebesar 80% adalah SMA dan sebesar 15% SMP serta 5% SD.

Bahasa yang digunakan sehari-hari dan digemari responden sebesar 85% yaitu bahasa Indonesia. Sebesar 15% merupakan bahasa daerah (bahasa malangan). Variabel kemampuan membaca secara keseluruhan (100%) responden dapat membaca dengan baik.

Metode pembelajaran yang disukai oleh responden sebesar 60% dengan cara

dijelaskan/cerita dari orang lain, sedangkan sebesar 40% lebih menyukai belajar sendiri.

Distribusi pengetahuan responden tentang personal *hygiene* disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Pengetahuan Responden tentang Personal Hygiene

Pengetahuan Personal Hygiene	Tahu	%	Tidak Tahu	%
Kebersihan lingkungan kerja	13	65	7	35
Standar kebersihan diri saat bekerja	8	40	12	60
Perilaku saat bekerja	9	45	11	55

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa sebagian besar responden mengetahui tentang kebersihan lingkungan kerja namun masih belum mengetahui terkait dengan standar kebersihan diri saat bekerja dan perilaku saat bekerja.

Berdasarkan hasil tanya jawab kepada responden terkait program promosi kesehatan dari Dinkes maupun Puskesmas yang pernah dilaksanakan disana sebesar 85% menjawab tidak pernah dan 15% menjawab tidak tahu.

Langkah 2. Desain strategi, dengan *positioning* dan pendekatan pesan agar media yang dikembangkan sesuai dengan sasaran. Media yang dikembangkan sesuai memuat pesan yang mudah diterima oleh sasaran dalam hal ini adalah pekerja industri rumah tangga tempe wilayah kerja Puskesmas Beji Kota Batu. Pesan yang akan disampaikan adalah pentingnya *hygiene* sanitasi pengolahan makanan.

Di dalam media poster, *leaflet* dan video akan dimasukkan konten terkait dengan kebersihan lingkungan kerja yang terdiri dari ketersediaan fasilitas cuci tangan, air bersih, jamban, tempat sampah. Untuk standar kebersihan diri pekerja terdiri dari pemakaian APD kerja dan cuci tangan 6 langkah. Pada konten perilaku pada saat bekerja terdiri dari tidak merokok, tidak memakai perhiasan, memakai pakaian kerja yang bersih, memotong kuku, tidak berbicara saat bekerja. Konten tersebut dikemas secara sederhana agar mudah dipahami sesuai dengan karakteristik sasaran.

Pendekatan pesan yang disajikan dalam media yang akan dibuat adalah pendekatan rasional, sehingga sasaran ketika melihat media yang sudah dibuat akan mendapatkan informasi baru tentang pentingnya *hygiene* sanitasi pengolahan makanan.

Langkah 3. Pengembangan media, sebagai acuan dalam pembuatan media promosi berdasarkan pada pesan dan pendekatan pesan yang sudah ditentukan pada tahap 1. Pesan *hygiene* sanitasi pengolahan makanan menjadi

ide dasar dalam pembuatan sketsa poster, *leaflet* dan skenario dalam video yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah media promosi cetak (poster dan *leaflet*) dan media promosi audio visual (video). Penggunaan gambar, tulisan serta animasi yang sederhana untuk memudahkan responden dalam memahami media dan pesan yang ingin disampaikan.

Prototipe yang sudah dibuat akan dilakukan Uji Validasi oleh *Expert Review* sebanyak 4 *reviewer*. Penilaian, saran dan masukan *expert review* disajikan pada Tabel 2, 3, 4.

Tabel 2. Penilaian, Saran Dan Masukan Expert Review Media Poster

Indikator	Sangat mudah	Mudah	Sulit	Sangat sulit
Kemudahan dibaca	-	100%	-	-
Kemudahan pemahaman isi	20%	80%	-	-
Indikator	Sangat sesuai	Sesuai	Tidak sesuai	Sangat tidak sesuai
Kesesuaian bahasa	-	100%	-	-
Kesesuaian warna	15%	85%	-	-
Kesesuaian gambar	40%	60%	-	-

Saran/masukan :

- Gambar tangan "kuku tidak diwarnai" sebaiknya diberikan *background* warna yang kontras agar dapat mudah terlihat.
- Tulisan kebersihan diri & lingkungan lebih baik jangan memakai warna putih agar dapat terlihat jelas oleh responden.

Hasil *review* media poster berdasarkan kemudahan dibaca; kemudahan dipahami; kesesuaian bahasa; kesesuaian warna; kesesuaian gambar secara umum sudah mudah dan sesuai, namun ada koreksi pada kontras warna yang digunakan.

Tabel 3. Penilaian, Saran dan Masukan Expert Review Media Leaflet

Indikator	Sangat mudah	Mudah	Sulit	Sangat sulit
Kemudahan dibaca	70%	30%	-	-
Kemudahan pemahaman isi	45%	55%	-	-
Indikator	Sangat sesuai	Sesuai	Tidak sesuai	Sangat tidak sesuai
Kesesuaian bahasa	20%	80%	-	-
Kesesuaian warna	30%	70%	-	-
Kesesuaian gambar	-	100%	-	-

Saran/masukan :

- Tulisan yang ditekankan kurang jelas apabila dilakukan *bold* maka hindari warna yang hampir sama.
- Pada beberapa bagian tulisan masih terlalu kecil, sebaiknya dibesarkan namun disesuaikan dengan komposisi tata letak gambar.

Hasil *review* media *leaflet* berdasarkan kemudahan dibaca; kemudahan dipahami; kesesuaian bahasa; kesesuaian warna; kesesuaian gambar secara umum sudah mudah dan sesuai, namun ada koreksi pada ketebalan kata dan dan ukuran tulisan yang terlalu kecil.

Tabel 4. Penilaian, Saran dan Masukan Expert Review Media Video

Indikator	Sangat menarik	Menarik	Tidak menarik	Sangat tidak menarik
Menarik untuk dilihat	85%	15%	-	-
Indikator	Sangat mudah	Mudah	Sulit	Sangat sulit
Kemudahan pemahaman isi	30%	70%	-	-
Indikator	Sangat sesuai	Sesuai	Tidak sesuai	Sangat tidak sesuai
Kesesuaian bahasa	90%	10%	-	-
Kesesuaian gambar	80%	20%	-	-
Indikator	Sangat jelas	Jelas	Tidak jelas	Sangat tidak jelas
Kejelasan suara (audio)	100%	-	-	-

Saran/masukan :

- Perlu diperhatikan durasi.
- Sebaiknya ditambahkan judul pada masing-masing segmen konten.

Hasil *review* media video berdasarkan menarik untuk dilihat; kemudahan memahami isi; kesesuaian bahasa; kesesuaian gambar; kejelasan suara secara umum sudah sesuai, namun ada koreksi pada durasi dan penambahan judul pada masing-masing segmen.

Berdasarkan hasil *review* tersebut, maka media direvisi sesuai dengan penilaian, saran dan masukan *expert review*. Revisi dilakukan oleh peneliti dan dibantu oleh desainer grafis. Revisi media terdiri dari 2 tahap yaitu *editing* dan *finishing*. Pada proses editing, gambar, tulisan, audio, visual disesuaikan ulang berdasarkan masukan dari *expert review*. Selanjutnya pada proses *finishing* dilakukan penyesuaian

warna, audio dan visual sehingga media layak untuk digunakan.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini dikembangkan tiga media sebagai penyampai pesan promosi kesehatan. Media yang dibuat dalam penelitian ini adalah poster, *leaflet*, dan video. Hal ini didasarkan pada kebutuhan sasaran yang diperoleh dari tahapan analisis sasaran. Sasaran merupakan pekerja industri rumah tangga temporer wilayah kerja Puskesmas Beji Kota Batu. Dalam 1 industri rumah tangga terdiri dari 1 sampai 4 orang pekerja yang merupakan keluarga atau kerabat. Hal tersebut sesuai dengan BPS yang mengkatégorikan industri rumah tangga terdiri dari 1 sampai 4 orang pekerja (BPS Kota Batu, 2018).

Pendidikan responden sebagian besar adalah telah lulus SMA sebesar 80% dengan demikian kemampuan membaca responden sudah baik dengan demikian media promosi kesehatan yang diberikan dapat berupa media poster, *leaflet* bahkan video dengan menyajikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan responden. Hal tersebut sesuai dengan teori promosi kesehatan sebagai suatu proses dimana proses tersebut mempunyai masukan (*input*) dan (*output*). Dalam suatu proses pendidikan kesehatan yang menuju tercapainya tujuan promosi, yakni perubahan perilaku, dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor yang mempengaruhi suatu proses pendidikan disamping faktor masukannya sendiri juga faktor metode, faktor materi atau pesannya, pendidik atau petugas yang melakukan, dan alat bantu atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan (Notoatmodjo, 2012).

Berdasarkan pengetahuan responden tentang standar kebersihan diri saat bekerja dan perilaku saat bekerja masih belum baik serta belum ada program promosi kesehatan dari Dinkes maupun Puskesmas yang pernah dilaksanakan maka diperlukan media yang sesuai dengan kebutuhan sasaran dengan rentang kategori usia remaja hingga lansia. Hal tersebut sesuai dengan pedoman pengembangan media promosi kesehatan (Septian, 2019).

Bahasa yang digunakan dalam pembuatan media dalam penelitian ini adalah bahasa Indonesia karena berdasarkan hasil kuesioner menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan sehari-hari dan digemari responden sebesar 85% yaitu bahasa Indonesia. Sebesar 15% merupakan bahasa daerah (bahasa malangan). Dengan adanya bahasa lokal malangan, maka peneliti

menambahkan slogan atau jargon yang menunjukkan identitas bahasa lokal malangan yaitu “Ayo Rek” yang merupakan kata ajakan. Hal ini sesuai dengan beberapa aturan dalam pembuatan poster dalam pendidikan kesehatan yang menyatakan bahwa poster seharusnya memakai kata-kata setempat (Azwar, 2011) penggunaan huruf dalam poster sangat berpengaruh terhadap audien serta bentuk huruf yang tidak sesuai bagi orang tua juga merupakan hal yang dikritisi, sesuai dengan teori yang menyatakan untuk sasaran dewasa dalam hal ini orang tua maka sebaiknya tidak menggunakan huruf yang terlalu rumit dan kekanak-kanakan (Fitriani, 2011).

Selain itu juga tidak meninggalkan teori pembuatan media itu sendiri, untuk poster antara lain adalah: pesan dapat dibaca dari jarak 6 meter, bahasa yang digunakan sedikit, dapat menarik perhatian, dan sekali baca mudah dimengerti. Untuk pesan primer perlu diubah warna dan bentuk huruf karena dianggap kurang jelas dalam visualisasinya. Pesan tersier juga diharapkan mampu membawa fakta ilmiah dan menggunakan kata-kata yang mampu membangkitkan emosi audience. Hal tersebut juga berlaku pada media *leaflet* (Septian, 2019).

Kekurangan dari media video yang dikembangkan adalah dari segi biaya pembuatan dan lamanya proses pembuatan, selain itu perlu ditambahkan dari segi artistik. Hal tersebut seiring dengan penelitian Pulung tahun 2010, disebutkan bahwa pembuatan media audio visual membutuhkan biaya dan waktu yang tidak sebentar (Pulung, 2010). lebih dari media yang dikembangkan dalam hal ini media poster, *leaflet*, dan video adalah dapat diterima oleh sasaran yaitu pekerja temporer karena baik konten, warna dan desain disesuaikan dengan kebutuhan dari sasaran tersebut. Penelitian Nashrur tahun 2018 disebutkan bahwa pengembangan media video harus disesuaikan dengan kebutuhan sasaran baik dari segi isi dan bahasa yang digunakan (Nashrur, 2018).

SIMPULAN

Media promosi kesehatan yang sesuai dengan karakteristik responden pekerja industri rumah tangga temporer wilayah kerja Puskesmas Beji Kota Batu memuat beberapa unsur yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dan penggunaan bahasa lokal sebagai slogan atau jargon. Gambar, warna dan ukuran tulisan disesuaikan dengan keinginan serta kebutuhan responden.

Pesan yang akan disampaikan melalui media poster, *leaflet*, dan video ini adalah pentingnya penerapan *hygiene* sanitasi pengolahan makanan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan baru sehingga dapat meningkatkan pengetahuan sikap dan praktik pekerja pengolahan terkait dengan pentingnya *hygiene* perseorangan dalam bekerja.

Dalam mengembangkan media poster, *leaflet*, dan video ini telah melalui tahap uji validitas dengan bantuan *expert review* media promosi kesehatan. Sehingga masukan dan saran dari reviewer digunakan sebagai dasar perbaikan agar media yang dikembangkan dapat sesuai tujuan dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar S. (2011). *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*: Yogyakarta.
- BPS Kota Batu. (2018). *Kota Batu Dalam Angka 2018*. Batu: BPS Kota Batu.
- Dinas Kesehatan Kota Batu. (2019). *Data Angka Keracunan Makanan Dinas Kesehatan Kota Batu*. Batu: Dinkes.
- Fitriani S. (2011). *Promosi Kesehatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementerian Kesehatan RI. (2011). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1096/Menkes/Per/VI/2011*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Longree K, Armbruster G. (1996). *Quantity Food Sanitation*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Nashrur. (2018). Media Promosi Kesehatan Tentang Pencegahan Jajan Sembarangan untuk Siswa SDN Banjarwati Lamongan. *Jurnal Promkes*, (6)2; 167-177.
- Notoatmodjo, S. (2003), *Ilmu Perilaku Dan Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta,
- Planet Beji. (2018). *Karakteristik Desa Beji*. Batu: Kelurahan Beji.
- Siswantara, P. Film Dan Poster Untuk Memperkuat Hubungan Antara Orang Tua Dan Remaja. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 25-35.
- Septian, Ema. (2019). *Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan*. Yogyakarta: K-Media.
- Sorea, R., & Woferst, R. (2013). Efektifitas Promosi Kesehatan melalui Audio Visual tentang Pemeriksaan Payudara Sendiri (Sadari) terhadap Peningkatan Pengetahuan Remaja Putri. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Keperawatan. Vol 1*, No 1 (2014).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhertusi, B., Desmiwanti, D., & Nurjasmi, E. (2015). Pengaruh media promosi kesehatan tentang ASI eksklusif terhadap peningkatan pengetahuan ibu di wilayah kerja Puskesmas Lubuk Begalung Padang Tahun 2014. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 4(1).