

ORIGINAL ARTICLE

**IDENTIFIKASI PENGETAHUAN DAN PERSEPSI TENTANG KONTRASEPSI PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

Favian Rafif Firdaus, Fathnin Ulya Naima, Wahyu Santika, Honey Dzikri Marhaeny, Eka Pertiwi, Nindya Sofia Anggraeni, Belinda Handi Puspita, Hans Alif Firmansyah, Haniah Hanif, Septiana Syahrani, Luke Wongso, Wahyu Utami\*

Departemen Farmasi Komunitas, Fakultas Farmasi, Universitas Airlangga  
Gedung Nanizar Zaman Joenoes Kampus C, Jl. Ir. Soekarno, Surabaya 60115, Indonesia

*E-mail:* wahyu-u@ff.unair.ac.id

**ABSTRAK**

Program Keluarga Berencana (KB) yang dimulai sejak tahun 1970-an memberikan dampak positif untuk pengendalian jumlah penduduk di Indonesia. Jumlah penduduk yang banyak menyebabkan berbagai masalah seperti tingginya angka pengangguran, meningkatnya angka kemiskinan dan kriminalitas. Di era milenial meskipun tidak sepopuler dahulu, pengenalan program KB, terutama terkait kontrasepsi, masih diperlukan hingga saat ini. Untuk keamanan dan efektivitas dari penggunaan kontrasepsi tentu diperlukan penjelasan yang cukup dan tepat sasaran. Di era sekarang ini terjadi perubahan pola pemberian informasi, baik dari sisi mediana maupun caranya. Tantangan era milenial adalah pesatnya perkembangan teknologi sehingga semua orang dapat dengan mudah mengakses informasi, tidak terkecuali tentang kontrasepsi. Kelompok masyarakat yang paling terpengaruh dengan perkembangan ini adalah generasi Z selanjutnya disebut GenZ. Oleh karena itu survei ditujukan kepada GenZ di wilayah Surabaya untuk mengetahui persepsi yang dimiliki terkait kontrasepsi serta menentukan strategi yang tepat bagi apoteker muda dalam memberikan informasi yang tepat di masa mendatang. Hasil survei dari 106 responden menunjukkan bahwa sebagian besar GenZ menyatakan telah mengenal istilah kontrasepsi. Mayoritas jawaban responden (21,9%) menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana untuk mendapatkan informasi tentang kontrasepsi. Selain media sosial, berturut-turut sarana yang menjadi sumber informasi responden terkait kontrasepsi adalah guru (19,8%), teman (15,6%), media elektronik (14,3%), dan tenaga kesehatan (10,5%).

**Kata kunci:** generasi Z, persepsi, kontrasepsi, program KB, apoteker muda

**ABSTRACT**

The Family Planning Program, which began in the 1970s, has had a positive impact on controlling population in Indonesia. The high number of populations causes various problems, such as increased number of unemployment, poverty and crime. In this millennial era, the echo of this program is rarely heard. Although not as popular as before, the introduction of family planning program, especially contraception, is still needed today. For the safety and effectivity of contraception program, adequate and well-targeted explanations are needed. In this era, there is a change in the pattern of providing information, both in terms of the medium and the method. The challenge of the millennial era is the rapid development of technology so that everyone can access information easily, including about contraception. The part of society that most affected by this development is GenZ. Therefore, the survey is aimed to GenZ students in the Surabaya area to find out perceptions related to contraception and determine the right strategy for young pharmacists in providing appropriate information in the future. The results of a survey of 106 respondents showed that most GenZ students have recognized the term of contraception. The majority of respondents' answers (21.9%) stated that social media is a medium to get information about contraception. In addition to social media, the other mediums by which respondents' sources of information were teachers (19.8%), friends (15.6%), electronic media (14.3%), and health workers (10.5%).

**Keywords:** generation Z, perception, contraception, family planning program, young pharmacists

## PENDAHULUAN

Program keluarga berencana (KB) telah memberikan dampak positif terhadap pemecahan berbagai masalah terkait kependudukan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah mensosialisasikan pemberdayaan masyarakat dalam penggunaan kontrasepsi secara baik dan benar untuk mengendalikan laju pertumbuhan penduduk. Melansir dari laman Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), program KB sudah diinstruksikan oleh presiden Soeharto melalui Instruksi Presiden No. 26 Tahun 1968 pada 7 September 1968. Program Keluarga Berencana ini bertujuan untuk membentuk keluarga kecil sesuai dengan kemampuan sosial ekonomi keluarga dengan cara mengatur kelahiran anak agar diperoleh keluarga bahagia dan sejahtera yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya (Mochtar, 1998).

Menurut data Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) pada tahun 2017 terjadi peningkatan implementasi program KB yang ditunjukkan dengan meningkatnya pemakaian kontrasepsi dari 62% menjadi 64%, tanpa memandang jenis dan metodenya. Hal ini menunjukkan bahwa kontrasepsi masih dibutuhkan di era milenial. Berdasarkan data SDKI tahun 2017 masyarakat berumur 20-24 tahun lebih banyak mengetahui alat/cara KB dibandingkan dengan remaja yang umurnya 15-19 tahun. Oleh karena itu, BKKBN membuat sebuah upaya dengan Pembentukan Genre Ceria. Program ini diprioritaskan untuk remaja dengan tujuan agar terbentuk generasi remaja yang berencana. Sasaran program ini adalah remaja, agar mereka mengetahui masalah kesehatan reproduksi dan mampu melindungi diri dari kemungkinan risiko yang terjadi seperti perilaku seks bebas yaitu hamil di luar nikah, aborsi dan penularan penyakit infeksi menular seksual (IMS) (SKRRI, 2012).

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 Tahun 2014, batas usia remaja adalah 10 sampai 18 tahun dan belum menikah. Pada tahun 2019, generasi yang menduduki posisi remaja didominasi oleh Generasi Z (GenZ). GenZ merupakan generasi yang lahir pada tahun 2000 keatas (National Chamber Foundation, 2012) sedangkan menurut BPS (2018) merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 2001 sampai dengan 2010. Dengan demikian, peningkatan kualitas dan cakupan informasi serta pelayanan kontrasepsi pada kelompok GenZ menjadi salah satu tantangan bagi semua tenaga kesehatan khususnya apoteker. Mengingat GenZ lahir di era milenial dengan kemajuan teknologi dan kebebasan akses

informasi, persepsi GenZ terkait kontrasepsi perlu diketahui sehingga dapat menjadi bahan masukan bagi *stakeholders* termasuk apoteker dalam menyiapkan strategi penyampaian informasi dan edukasi yang tepat dan efektif.

## METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei menggunakan instrumen kuesioner tertutup. Populasi sasaran adalah mahasiswa yang lahir pada tahun 2000-2010 (usia maksimal 19 tahun) yang sedang studi di wilayah Surabaya dan apoteker muda (berusia di bawah 35 tahun). Variabel yang diukur adalah pengetahuan dan persepsi. Pengambilan sampel dengan teknik *non random sampling* dengan metode *accidental sampling*. Pada kegiatan ini sampel didapat sebanyak 106 orang untuk responden mahasiswa dan 11 orang untuk responden apoteker muda. Pengambilan data dilakukan di enam perguruan tinggi di Surabaya dan secara daring untuk apoteker muda. Kegiatan survei dilaksanakan pada tanggal 17–19 September 2019. Data primer yang diperoleh dari responden akan dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk frekuensi (n) dan persentase (%).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Demografi Responden

Informasi mengenai kontrasepsi dari perspektif mahasiswa digunakan untuk merancang dan menentukan strategi bagi apoteker dalam menghadapi GenZ di masa mendatang. Sebagai responden, GenZ dari beberapa kampus dikelompokkan berdasarkan latar belakang bidang studi, antara lain: Sains Kesehatan, Sains Non Kesehatan, Sosial Humaniora, dan Vokasi.

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin wanita lebih banyak dari pria. Kemudian, Tabel 1 menunjukkan responden dari bidang sains nonkesehatan dan sosial humaniora lebih banyak dari responden dari bidang studi sains kesehatan dan vokasi. Hal tersebut karena survei dilakukan secara acak pada mahasiswa yang ditemui sekitar area kampus tanpa ditentukan terlebih dahulu bidang studinya.

Tabel 1. Demografi responden GenZ (n=106)

	Kriteria demografi		%
	Pria	Wanita	
Gender	Pria		35,33
	Wanita		71,67
Kelompok Bidang Studi	Sains non Kesehatan		50,00
	Sains Kesehatan		5,00
	Soshum		44,00
	Vokasi		1,00

### Apoteker Muda

Sebanyak 11 apoteker muda telah disurvei untuk mengetahui perspektif apoteker muda mengenai GenZ dan upaya menghadapi tantangan di masa mendatang terkait layanan informasi kontrasepsi. Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin wanita dan mayoritas responden telah bekerja kurang dari lima tahun.

Tabel 2. Demografi responden apoteker muda (n=11)

Kriteria demografi		%
Gender	Pria	36,00
	Wanita	64,00
Lama bekerja (tahun)	Belum bekerja	9,00
	<5	73,00
	5-10	18,00

### Awareness GenZ

Menurut Srivastav *et al.* (2014), *awareness* tentang kontrasepsi dapat diukur dengan beberapa indikator salah satunya melalui pengetahuan responden terkait istilah, pengertian, dan pengenalan macam kontrasepsi.

#### Istilah Kontrasepsi

*Awareness* terkait istilah kontrasepsi ditunjukkan pada Tabel 3. Hasil menunjukkan mayoritas GenZ sudah pernah mendengar istilah kontrasepsi.

#### Pengertian Kontrasepsi

Berdasarkan Tabel 3, kontrasepsi diartikan sebagai pencegah kehamilan oleh mayoritas GenZ. Menurut Kamus BKKBN (2011) kontrasepsi adalah obat atau alat untuk mencegah terjadinya konsepsi (kehamilan). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mayoritas GenZ memiliki pengetahuan dasar tentang kontrasepsi. Jawaban 'tidak pernah mendengar' dan 'tidak mengerti' juga diungkapkan oleh GenZ terkait pengertian kontrasepsi yang diisi pada kolom jawaban 'lainnya'.

#### Jenis Kontrasepsi

Pengetahuan tentang jenis kontrasepsi digambarkan dari hasil kuesioner mengenai jenis kontrasepsi yang dikenali GenZ (Tabel 3). Pada poin pertanyaan ini GenZ diperbolehkan memilih lebih dari satu jawaban. Jenis kontrasepsi yang paling dikenali oleh GenZ adalah pil KB. Pil KB merupakan jenis kontrasepsi yang digunakan dengan cara diminum. Selaras dengan penelitian yang dilakukan pada remaja putri di Jakarta oleh Musafaah (2007) disebutkan bahwa 75% lebih responden menjawab kondom dan pil KB dalam pertanyaan macam-macam kontrasepsi. Hasil survei ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi tenaga kesehatan khususnya apoteker dalam memberikan edukasi serta informasi kontrasepsi kepada GenZ dan sebagai

dasar pengadaan kontrasepsi yang perlu dipersiapkan di masa mendatang bahwa informasi terkait pengertian, macam-macam, tempat perolehan, dan cara penggunaan kontrasepsi paling banyak diperoleh dari media sosial. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial (Mulawarman dan Nurfitri, 2017). Dalam buku Komunikasi 2.0, Ardianto menyebutkan bahwa media sosial memiliki kekuatan sosial untuk mempengaruhi opini publik (Watie, 2011). Namun, hasil ini berbeda dengan hasil penelitian Musafaah (2007) yang menyebutkan bahwa 60% lebih responden Musafaah (2007) yang menyebutkan bahwa 60% lebih responden menjawab televisi sebagai sumber informasi tentang kontrasepsi. Perbedaan ini karena dipengaruhi oleh perkembangan zaman. Putri dkk. (2016) menyebutkan bahwa media sosial saat ini, telah menjadi candu bagi masyarakat Indonesia, terutama kalangan remaja. Dengan demikian, media sosial dapat dipertimbangkan sebagai media promosi kesehatan mengenai kontrasepsi. Namun pada Tabel 5 ada juga responden yang menjawab tidak tahu pada setiap bagian informasi mengenai kontrasepsi.

Tabel 3. Pengetahuan GenZ terhadap kontrasepsi

Kriteria Pengetahuan tentang kontrasepsi		n
Mengetahui istilah (n=106)*	Sains non kesehatan	45
	Sains kesehatan	5
	Sosium	39
	Vokasi	1
Pengertian (n=113)**	Pencegah kehamilan	74
	Pil KB	21
	Kondom	14
	Susuk/implant	1
Jenis (n=299)**	Tidak tahu	3
	Pil KB	75
	Kondom pria	56
	Injeksi	33
	Sterilisasi	30
	IUD	27
	Kondom wanita	24
	Implan / susuk	21
	Kalender	19
	Spiral	10
Spons	4	
Sumber informasi	Media sosial	52
	Guru	47
	Teman	37
	Media elektronik	34
	Keluarga	29
	Tenaga kesehatan	25
	Lainnya	7

\* dari 106 responden 16 orang tidak mengetahui istilah kontrasepsi \*\*jawaban boleh lebih dari satu

Tabel 4. Fasilitas yang menyediakan kontrasepsi (obat, alat, layanan) kepada GenZ\*\*

Tempat Macam	Apotek	Rumah Sakit	Puskesmas	Swalayan	Toko Kelontong	Lainnya
Obat	66	56	28	19	1	3
Alat	67	13	5	69	4	4
Layanan	5	82	42	3	1	5

Tabel 5. Sumber informasi dan informasi kontrasepsi yang didapatkan oleh GenZ (n=106)

Sumber Informasi Macam	Keluarga	Teman	Guru	Media Elektronik	Media Sosial	Media Cetak	Tenaga Kesehatan	Lainnya
Pengertian	8	16	26	10	29	2	10	5
Macam-macam	6	14	21	12	33	1	12	7
Tempat Memperoleh	6	21	14	15	26	2	17	5
Cara Penggunaan	3	18	15	5	27	1	17	20

\*\* Jawaban boleh lebih dari satu

#### **Cara Mendapatkan Kontrasepsi menurut GenZ**

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas GenZ menyatakan bahwa obat kontrasepsi paling sering didapatkan di apotek. Sementara itu, menurut GenZ alat kontrasepsi dan layanan kontrasepsi, secara berurutan, paling sering diperoleh di swalayan dan rumah sakit. Selain itu, terdapat beberapa GenZ yang menyatakan bahwa obat dan layanan kontrasepsi bisa didapatkan di toko kelontong. Namun, ada juga yang menjawab di kolom lainnya yaitu mendapatkan alat kontrasepsi melalui *online shop*.

#### **Persepsi GenZ tentang Manfaat Kontrasepsi**

Berdasarkan Tabel 6, mayoritas GenZ menyatakan bahwa manfaat kontrasepsi adalah perencanaan keluarga bisa dilaksanakan dengan baik. Hasil ini sejalan dengan visi BKKBN dalam Laporan Kinerja Instansi Pemerintah 2015, yaitu mewujudkan penduduk tumbuh seimbang dan keluarga berkualitas. Melalui penggunaan kontrasepsi dalam program keluarga berencana, masyarakat diharapkan dapat mengelola kehidupan keluarganya dengan mengatur jumlah anak ideal.

#### **Persepsi GenZ tentang Efek Samping Kontrasepsi**

Tabel 6 menunjukkan lebih dari 80% GenZ menyatakan bahwa penggunaan kontrasepsi memiliki efek samping penambahan berat badan. Menurut teori, salah satu efek samping penggunaan kontrasepsi hormonal adalah perubahan berat badan pada akseptornya (BKKBN, 2016). Hal ini berkaitan dengan peningkatan lemak tubuh dan adanya hubungan dengan regulasi nafsu makan karena kandungan

hormon progesteron pada kontrasepsi hormonal dapat merangsang pusat pengendalian nafsu makan di hipotalamus sehingga menyebabkan terjadinya peningkatan nafsu makan (Pratiwi *et al.*, 2014). Selain itu, menurut Hartanto (2010) penambahan berat badan disebabkan oleh *estrogen*, mengakibatkan bertambahnya lemak *subkutan*, terutama pada pinggul, paha, dan payudara. Akan tetapi, tidak semua kontrasepsi mempengaruhi kenaikan berat badan misalnya IUD (Hartanto, 2010). Meskipun manfaat kontrasepsi tentu lebih besar sebagian pasien yang khawatir dapat diberikan alternatif penggunaan kontrasepsi lain bila khawatir dengan memungkingkan naiknya berat badan.

#### **Tingkat Keperluan Kontrasepsi dan Edukasi yang Efektif bagi GenZ**

Berdasarkan Tabel 6, sebanyak 93 dari total 106 responden menyatakan bahwa kontrasepsi masih dibutuhkan di masa mendatang. Selain itu, sedikitnya edukasi yang menyebabkan pemahaman terhadap kontrasepsi menjadi terbatas bahkan keliru dapat menyebabkan rendahnya penggunaan kontrasepsi sehingga memicu peningkatan kasus kehamilan tidak dikehendaki dan/atau aborsi (Hagan dan Christiana, 2012). Dengan demikian, informasi dan edukasi kontrasepsi masih diperlukan karena setiap penggunaan obat perlu diawasi oleh apoteker. Hal ini menjadi tantangan bagi apoteker untuk menyediakan layanan edukasi kontrasepsi yang tepat kepada GenZ.

Tabel 6. Persepsi GenZ tentang kontrasepsi (n=106)

Persepsi kontrasepsi terkait		n
Manfaat	Keluarga terencana dengan baik	57
	Pencegahan kehamilan	34
	Pelindungan dari Penyakit Menular Seksual (PMS)	28
	Menggemukkan badan	1
	Efek samping	
Efek samping	Menggemukkan badan	26
	Kemandulan	22
	Infeksi Kelamin	19
	Gangguan Menstruasi	17
	Pendarahan	8
Metode edukasi	Penyebab Jerawat	7
	Edukasi secara langsung	63
	Seminar	37
	Media sosial	17
Keperluan di masa mendatang	Aplikasi	3
	Sangat perlu	41
	Perlu	52
	Kurang perlu	8
	Tidak perlu	5

Edukasi secara langsung merupakan metode penyampaian informasi yang diinginkan oleh mayoritas GenZ. Hal ini penting untuk diperhatikan karena Tabel 3 dan Tabel 5 menyebutkan bahwa informasi terkait kontrasepsi paling banyak diperoleh melalui media sosial sehingga apoteker dapat memberikan edukasi secara langsung melalui media sosial.

#### **Persepsi Apoteker Muda tentang GenZ dan Tantangan Pelayanan Kesehatan Terkait Kontrasepsi**

Tabel 7 menunjukkan mayoritas apoteker telah mengetahui definisi Gen Z. Pernyataan pada Tabel 7 dan Tabel 8 menunjukkan bahwa strategi edukasi kontrasepsi yang akan dilakukan dan sedang diupayakan apoteker adalah melalui media sosial, namun hambatan yang dialami oleh apoteker (Tabel 8) kemungkinan besar adalah penyebaran informasi *hoax*.

Tabel 7. Persepsi Apoteker Muda (n=11)

Kriteria Persepsi tentang GenZ		n
Gen Z	Generasi yang dilahirkan mulai awal 2000an	6
	Generasi yang dilahirkan mulai awal 1990an	2
	Generasi milenial	2
	Generasi yang mengenal internet	1
Strategi pelayanan informasi yang tepat untuk Gen Z	Media sosial	9
	Aplikasi	1
	Edukasi langsung & seminar	1

Tabel 8. Upaya dan Hambatan Apoteker Muda dalam mengedukasi GenZ

Macam Upaya dan Hambatan		n
Upaya melalui	Media sosial	4
	Edukasi langsung	2
	Edukasi langsung dan seminar	1
	Belum ada	3
Hambatan	Penyebaran informasi <i>hoax</i>	7
	Perubahan era	1
	Perubahan bahasa	1
	Kepercayaan spiritual	1
	Kurangnya informasi tentang seminar kontrasepsi	1

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil yang didapat dari survei, GenZ menggunakan media sosial sebagai *platform* untuk mencari dan mendapatkan informasi kontrasepsi. Sehingga informasi yang didapatkan oleh GenZ dari media sosial perlu diperhatikan karena tidak sepenuhnya benar. Informasi *hoax* terkait informasi adalah salah satu tantangan yang diungkapkan dari survei apoteker muda untuk menyampaikan informasi terkait kontrasepsi. Sementara itu, peran apoteker dalam penyampaian informasi menjadi keprihatinan karena kurang dikenali oleh GenZ walaupun Apoteker yang mempunyai keahlian dalam bidang ini. Dengan demikian, apoteker muda harus memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi kontrasepsi sehingga dapat meningkatkan interaksi antara apoteker dan klien serta mengendalikan penyebaran informasi *hoax*.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kepada Ibu Dr. apt. Wahyu Utami, M.S. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, arahan, dan saran untuk kelancaran dan penyelesaian penulisan artikel ini, serta kepada responden yang telah berpartisipasi dalam kegiatan survei.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). Sejarah BKKBN. Diakses dari <https://www.bkkbn.go.id/pages/sejarah-bkkbn>, pada tanggal 24 Oktober 2019.
- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). 2011. Kamus Istilah Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. Jakarta : Direktorat Teknologi Informasi dan Dokumentasi.

- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). 2016. 'Laporan Kinerja Instansi Pemerintah 2015 Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional'. Diakses dari [https://www.bkkbn.go.id/po-content/uploads/LAKIP\\_BKKBN\\_2016.pdf](https://www.bkkbn.go.id/po-content/uploads/LAKIP_BKKBN_2016.pdf), pada tanggal 7 April 2020.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia 2017*. Jakarta: Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementrian Pemberdayaan Lingkungan dan Perlindungan Anak.
- Hagan, J.E., dan Christiana Buxton. 2012. Contraceptive Knowledge, Perceptions and Use among Adolescents in Selected Senior High Schools in the Central Region of Ghana. *Journal of Sociological Research*, Vol. 3, No.2. p. 170.
- Hartanto, Hanafi. (2010). *Kelurga Berencana dan Kontrasepsi*. Jakarta :Pustaka Sinar Harapan.
- Mochtar, R. 1998. Sinopsis Obstetri Jilid I. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Mulawarman & Nurfitri, A. D. 2017. 'Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan'. *Buletin Psikologi*, 25(1), p. 37.
- Musafaah, M. 2007. 'Pengetahuan dan Sikap Pemakaian Kontrasepsi pada Remaja Putri "Gaul" di Parkir Timur Senayan, Jakarta', *Kesmas: National Public Health Journal*, 2(2), p. 91.
- National Chamber Foundation. 2012. *The Millennial Generation Research Review*. United States: Chamber of Commerce.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014 tentang Upaya Kesehatan Anak. 2014. Jakarta.
- Prasasti, G. D. Sasar Generasi yang Lebih Muda, BKKBN Akan Lakukan Re-Branding. Diakses <https://m.liputan6.com/health/read/4058431/sasar-generasi-yang-lebih-muda-bkkbn-akan-lakukan-re-branding>, pada tanggal 24 Oktober 2019.
- Putri, Wilga S. R., Nurwati, R. Nunung, & Santoso, Meilanny B. 2016. 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja'. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), p. 47.
- Pratiwi, Dhania, Syahredi, dan Erkadius. 2014. Hubungan Antara Penggunaan Kontrasepsi Hormonal Suntik DMPA dengan Peningkatan Berat Badan di Puskesmas Lapai Kota Padang. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 3(3). p. 365.
- Ramdhani, G. Peringati Hari Kependudukan, BKKBN Gelar Seminar Keluarga Berencana Sebagai Hak Asasi Manusia. Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/3586606/peringati-hari-kependudukan-bkkbn-gelar-seminar-keluarga-berencana-sebagai-hak-asasi-manusia>, pada tanggal 23 September 2019.
- Survei Kesehatan Reproduksi Remaja Indonesia. 2012. Kesehatan Reproduksi Remaja. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. Badan Pusat Statistik. Kementrian Kesehatan. MEASURE DHS.ICF Internasional. Jakarta. Agustus 2013.
- Srivastav, A., Khan, mohammad S., Chauhan, Chitra R. 2014. 'Knowledge, Attitude and Practices about Contraceptive among Married Reproductive Females'. *International Journal of Scientific Study*, 1 (5), p. 3.f
- Sukmasari, RN. Pakai KB Spiral atau Pil KB Bikin Badan Tambah Melar? Ini Kata Dokter. Diakses dari <https://m.detik.com/health/berita-detikhealth/d-3115780/pakai-kb-spiral-atau-pil-kb-bikin-badan-tambah-melar-ini-kata-dokter>, pada 31 Oktober 2019.
- Watie, Erika D. S. 2011. 'Komunikasi dan Media Sosial'. *The Messenger*, 3(1), p. 7