

ABSTRACT

The behavior of not using personal protective equipment (PPE) is an unsafe action that can increase the number of work accidents and work-related illnesses in the industrial environment. One of the factors that can influence the behavior of using PPE is individuals' perception. Perception can be analyzed using a theory called as the Health Belief Model (HBM). Cues to action according to the safety promotion is one component of HBM, which is an external factor that can influence individual's perception. Hence, this study aims to analyze the relationship between safety promotion and worker's perception about the use of PPE.

This research is a quantitative descriptive study with a cross-sectional design. The samples were chosen based on the slovin formula and obtained a total sample of 87 operating unit workers of various departments at PT. Aneka Gas Industri Region V, East Java. The independent variable in this study is the effectiveness of Safety Promotion. While the dependent variable in this study is the perception of the use of PPE. The data was analyzed using the Chi-Square correlation test.

The results showed the majority of respondents were male workers (97.7%) and aged > 35 years (66.7%). The majority of respondents have a level of secondary education (60.9%) and the majority of respondents classified as old workers have a service life of > 3 years (98.9%). Safety promotion was assessed to have been effectively applied by 70 (80.5%) respondents. The majority of respondents had a positive perception in the use of PPE (66,7%). The results of the chi-square correlation test show that there is a relationship between age and perception of PPE use ($p = 0.002$), there is no relationship between gender and perception of PPE use ($p = 0.550$), there is a relationship between education level and perception of PPE use ($p = 0.003$), there is no relationship between years of service and perceptions of the use of PPE ($p = 1,000$) and there is a relationship between the effectiveness of safety promotion and the perception of PPE use ($p = 0.013$).

This study concludes that there is a relationship between the effectiveness of safety promotion with the perception of the use of PPE. But still need to be considered several components related to safety promotion such as messages that are less emotional, less diverse media use, frequency of application that needs to be improved, and involvement of workers who are still lacking in designing safety promotion. So that through safety promotion can improve the positive perception of workers related to aspects of occupational safety and health (K3), especially in the behavior of using PPE.

Keywords: safety promotion, personal protective equipment (PPE), perception, Health Belief Model (HBM)

ABSTRAK

Perilaku tidak menggunakan alat pelindung diri (APD) merupakan faktor *unsafe act* yang dapat menyebabkan kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja di lingkungan industri. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan APD adalah persepsi. Persepsi dapat dianalisis menggunakan teori *Health Belief Model* (HBM). Isyarat untuk bertindak berupa *safety promotion* merupakan salah satu komponen HBM yang merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan *safety promotion* dengan persepsi penggunaan APD.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Penentuan sampel dilakukan dengan rumus *slovin* dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 87 pekerja unit operasional dari berbagai departemen di PT. Aneka Gas Industri Region V Jawa Timur. Variabel independen dalam penelitian ini adalah karakteristik responden dan efektivitas *Safety Promotion*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Persepsi Penggunaan APD. Analisis hasil data pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *Chi-Square*.

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden adalah pekerja laki-laki (97,7%) dan berusia >35 tahun (66,7%). Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan menengah (SMA/MA/SMK/MAK) (60,9%) dan mayoritas responden tergolong sebagai pekerja lama yang memiliki masa kerja >3 tahun (98,9%). *Safety promotion* dinilai telah diterapkan secara efektif oleh 70 (80,5%) responden. Mayoritas responden memiliki persepsi positif dalam penggunaan APD (66,7%). Hasil uji korelasi *chi-square* menunjukkan terdapat hubungan antara usia dengan persepsi penggunaan APD ($p=0,002$), tidak terdapat hubungan antara jenis kelamin dengan persepsi penggunaan APD ($p=0,550$), terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan persepsi penggunaan APD ($p=0,003$), tidak terdapat hubungan antara masa kerja dengan persepsi penggunaan APD ($p=1,000$) dan terdapat hubungan antara efektivitas *safety promotion* dengan persepsi penggunaan APD ($p=0,013$)

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara efektivitas isyarat untuk bertindak berupa *safety promotion* dengan persepsi penggunaan APD. Namun tetap perlu diperhatikan beberapa komponen terkait *safety promotion* seperti pesan yang kurang bersifat emosional, penggunaan media yang kurang beragam, frekuensi penerapan yang perlu ditingkatkan, dan keterlibatan pekerja yang masih kurang dalam perancangan *safety promotion*. Sehingga melalui *safety promotion* dapat meningkatkan persepsi positif pekerja terkait aspek keselamatan dan kesehatan kerja (K3) terutama dalam perilaku menggunakan APD.

Kata kunci : *safety promotion*, alat pelindung diri (APD), persepsi, *Health Belief Model* (HBM)