

# STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN DALAM UPAYA PENURUNAN KASUS *STUNTING* DI KABUPATEN PINRANG



MAIKE LUSIANA TARUKALLO

E021201040

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024



**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN DALAM UPAYA  
PENURUNAN KASUS *STUNTING* DI KABUPATEN PINRANG**

**MAIKE LUSIANA TARUKALLO**

**E021201040**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN DALAM UPAYA  
PENURUNAN KASUS *STUNTING* DI KABUPATEN PINRANG**

MAIKE LUSIANA TARUKALLO

E021201040

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Ilmu Komunikasi

pada

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2024**

## **SKRIPSI**

### **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN DALAM UPAYA PENURUNAN KASUS *STUNTING* DI KABUPATEN PINRANG**

**MAIKE LUSIANA TARUKALLO**

**E021201040**

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Ilmu Komunikasi pada  
29 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

pada

Program Studi Ilmu Komunikasi

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin

Makassar

Mengesahkan:

Pembimbing tugas akhir,



Prof. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si  
NIP. 196506271991031004

Mengetahui:

Ketua Program Studi,



Dr. Sudirman Karnay, M.Si  
NIP. 196410021990021001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan dalam Upaya Penurunan Kasus *Stunting* di Kabupaten Pinrang adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (Prof. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si sebagai Pembimbing Utama). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 14 November 2024

  
Maïke Lusiana Tarukallo

NIM E021201040

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terlaksana dan terampung menjadi skripsi berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah terlibat. Pertama-tama, saya ingin berterima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan penyertaan-Nya yang sungguh luar biasa telah mengaruniakan hikmat, kebijaksanaan, kesehatan, dan kekuatan sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi Universitas Hasanuddin.

Saya sangat berterima kasih kepada dosen pembimbing saya, Prof. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si, dan para dosen penguji saya, Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si, Ibu Sartika Sari Wardhani DH Phasa, S.Sos., M.I.Kom, dan Bapak Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom atas bimbingan, diskusi, dan saran yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik hingga menghasilkan karya skripsi yang dapat kita baca saat ini.

Penghargaan yang tinggi juga saya sampaikan kepada Ibu drg. Dyah Puspita Dewi beserta jajarannya yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang, pimpinan Universitas Hasanuddin yang telah memfasilitasi saya dalam menempuh program sarjana, serta para dosen dan teman-teman Nalendra yang telah berkenan membagikan ilmunya kepada saya selama berada di bangku perkuliahan.

Terakhir, kepada kedua orang tua terkasih, saya ucapkan terima kasih atas segala doa, pengorbanan, dan motivasi yang tak berkesudahan yang diberikan kepada saya selama menempuh pendidikan. Penghargaan yang besar juga saya sampaikan kepada saudara-saudari dan keluarga tercinta (Jeni, Alvin, Aldin, Mama Feby, Mama Arlan, Tante Tia, dan Kak Rika), dan teman-teman Antang Pride (Aeni, Albi, Indah, Dinda, Nazifah, Michelle, Ince, dan Alfin) atas motivasi dan dukungan baik moril dan materiil yang tak ternilai.

Terima kasih atas segala bantuan, doa, dan dukungannya. Semoga semua perbuatan baik yang telah diberikan mendatangkan karma baik dalam kehidupan pribadi masing-masing.

Penulis,

Maike Lusiana Tarukallo

## ABSTRAK

MAIKE LUSIANA TARUKALLO. **Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan dalam Upaya Penurunan Kasus *Stunting* di Kabupaten Pinrang** (dibimbing oleh Muh. Akbar).

**Latar belakang.** *Stunting* merupakan salah satu masalah kesehatan global yang banyak dialami anak-anak di bawah usia lima tahun, khususnya di Indonesia dengan prevalensi *stunting* yang masih tergolong tinggi. Meski demikian, Kabupaten Pinrang mampu mempertahankan prevalensi *stunting* yang rendah selama lima tahun berturut-turut sehingga perlu mengetahui strategi komunikasi yang digunakan dalam upaya menurunkan kasus *stunting* agar dapat menjadi contoh bagi daerah lain di Indonesia. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui strategi komunikasi Dinas Kesehatan dalam upaya penurunan kasus *stunting* di Kabupaten Pinrang dan (2) mengetahui faktor pendukung dan penghambat Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang dalam menurunkan *stunting*. **Metode.** Penelitian ini dilaksanakan di kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang pada bulan Maret-Juni 2024. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Jenis data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, literatur, dan studi kepustakaan. Teknik penentuan informan menggunakan *pusposive sampling* sehingga ditetapkan lima orang informan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman. **Hasil.** Hasil penelitian menggunakan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara menunjukkan bahwa dalam melaksanakan kegiatan Aksi Bergizi sebagai salah satu upaya penurunan kasus *stunting* di Kabupaten Pinrang, strategi komunikasi Dinas Kesehatan dimulai dari (1) menentukan khalayak sasaran, (2) menetapkan komunikator, (3) menyusun pesan dalam bentuk kata kunci, dan (4) memilih media komunikasi. Faktor pendukungnya adalah kerja sama dari berbagai pihak dan inovasi Kolase Pro Insting, adapun faktor penghambatnya adalah respon beberapa siswa yang ribut dan acuh tak acuh dalam menerima materi, dan pemahaman orang tua dan masyarakat yang masih kurang akan isu *stunting*.

Kata kunci: strategi komunikasi; *stunting*; aksi bergizi; gizi seimbang; kabupaten pinrang.

## ABSTRACT

MAIKE LUSIANA TARUKALLO. **Communication Strategy of the Health Office in Efforts to Reduce Stunting Cases in Pinrang Regency** (supervised by Muh. Akbar).

**Background.** Stunting is a major global health issue affecting children under five years of age, particularly in Indonesia, where the prevalence of stunting remains high. However, Pinrang Regency has managed to maintain a low stunting prevalence for five consecutive years. It is important to understand the communication strategies employed in efforts to reduce stunting cases so that these can serve as examples for other regions in Indonesia. **Objective.** This study aims to (1) examine the communication strategy used by the Health Office in efforts to reduce stunting cases in Pinrang Regency, and (2) identify the supporting and inhibiting factors faced by the Health Office in its efforts to reduce stunting. **Method.** This research was conducted at the Pinrang Regency Health Office from March to June 2024. A qualitative descriptive research design was used. Data were collected through primary and secondary sources, including observations, interviews, documentation, literature review, and library research. Purposive sampling was used to select five informants. The collected data were analyzed using the Miles and Huberman data analysis technique. **Results.** The study found that the communication strategy of the Health Office, based on Hafied Cangara's communication theory, involved the following steps in the implementation of the Aksi Bergizi (Nutritional Action) program, a key effort in reducing stunting cases in Pinrang: (1) identifying the target audience, (2) selecting communicators, (3) developing key message content, and (4) choosing communication media. Supporting factors included collaboration with various stakeholders and the innovation of Kolase Pro Insting. Inhibiting factors included disruptive and indifferent responses from some students during the sessions, as well as the lack of understanding among parents and the community regarding the issue of stunting.

**Keywords:** communication strategy; stunting; nutritional action; balanced nutrition; Pinrang Regency.

# DAFTAR ISI

## Halaman

|                                          |      |
|------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                      | i    |
| HALAMAN PENGAJUAN.....                   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                  | iii  |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....         | iv   |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....                 | v    |
| ABSTRAK .....                            | vi   |
| ABSTRACT .....                           | vii  |
| DAFTAR ISI .....                         | viii |
| DAFTAR TABEL .....                       | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                    | xii  |
| BAB I. PENDAHULUAN.....                  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                 | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                | 7    |
| 1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian ..... | 7    |
| 1.4 Kerangka Konseptual.....             | 8    |
| 1.5 Definisi Konseptual .....            | 13   |
| 1.6 Metode Penelitian .....              | 13   |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....           | 16   |
| 2.1 Strategi.....                        | 16   |
| 2.2 Komunikasi.....                      | 17   |

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3 Strategi Komunikasi .....                                     | 19 |
| 2.4 Komunikasi Kesehatan .....                                    | 24 |
| 2.5 <i>Stunting</i> .....                                         | 26 |
| BAB III. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....                    | 29 |
| 3.1 Gambaran Umum Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang .....         | 29 |
| 3.2 Visi dan Misi Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang .....         | 29 |
| 3.3 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang..... | 30 |
| 3.4 Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang.....    | 30 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                | 31 |
| 4.1 Hasil .....                                                   | 31 |
| 4.2 Pembahasan .....                                              | 44 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....                                 | 50 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                              | 50 |
| 5.2 Saran.....                                                    | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                              | 52 |
| LAMPIRAN .....                                                    | 57 |

## DAFTAR TABEL

| Nomor Urut                                          | Halaman |
|-----------------------------------------------------|---------|
| 1. Pilar Percepatan Penurunan <i>Stunting</i> ..... | 2       |
| 2. Skema Kerangka Pikir.....                        | 12      |
| 3. Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif ..... | 15      |
| 4. Data Informan Penelitian .....                   | 31      |
| 5. Data <i>Stunting</i> Tahun 2022 .....            | 40      |
| 6. Data <i>Stunting</i> Tahun 2023 .....            | 41      |
| 7. Data <i>Stunting</i> Tahun 2024 .....            | 42      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor Urut                                                                    | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Prevalensi <i>Stunting</i> Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2022-2023 ..... | 4       |
| 2. Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang .....                             | 29      |
| 3. Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang .....                | 30      |
| 4. Kegiatan Aksi Bergizi di SMPN 1 Pinrang dan SMPN 2 Pinrang .....           | 33      |
| 5. Poster <i>Stunting</i> dan Aksi Bergizi.....                               | 37      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor Urut                     | Halaman |
|--------------------------------|---------|
| 1. Dokumentasi Wawancara ..... | 57      |
| 2. Pedoman Wawancara.....      | 58      |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Gizi buruk atau malnutrisi masih menjadi permasalahan utama pada bayi dan anak di bawah usia lima tahun secara global. Pada tahun 2022, sebanyak 148,1 juta anak terkena *stunting*, 45 juta anak menderita *wasting*, dan 37 juta anak hidup dengan kelebihan berat badan (World Health Organization, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa anak-anak lebih banyak mengalami *stunting* dibandingkan *wasting* dan kelebihan berat badan. Prevalensi *stunting* pada tahun 2022 sebesar 22,3% pun masih tergolong tinggi berdasarkan kategori ambang batas prevalensi *stunting* World Health Organization (WHO) karena berada di atas 20%.

*Stunting* adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan yang dialami anak-anak akibat gizi buruk, infeksi berulang, dan stimulasi psikososial yang tidak memadai, yang ditandai dengan tinggi badan yang lebih pendek berdasarkan usianya. *Stunting* pada anak bermula dari gizi buruk sejak kehamilan hingga anak berusia dua tahun yang dikenal sebagai 1000 hari pertama kehidupan (1000 HPK). Apabila *stunting* tidak dicegah, maka akan memengaruhi pertumbuhan otak anak, menurunkan kualitas belajar dan produktivitas di masa depan, meningkatkan risiko terkena penyakit tidak menular seperti obesitas, hipertensi, dan diabetes (Yunus et al., 2021), kardiovaskular, kanker, stroke, dan cacat usia lanjut (Fajri, 2024), serta tertundanya reproduksi anak (Azahra et al., 2023).

*Stunting* tidak hanya mengakibatkan tubuh anak lebih pendek dan berisiko lebih tinggi terhadap penyakit dan kematian, tetapi gangguan pada otak yang menyebabkan penurunan fungsi kognitif dan produktivitas juga akan berpengaruh terhadap pendapatan yang lebih rendah di masa depan (World Health Organization, 2015). Secara akumulatif, pendapatan yang rendah juga akan berdampak terhadap perekonomian dan kemajuan suatu negara. Selain itu, permasalahan tentang *stunting* dapat mengakibatkan peningkatan jumlah pengangguran, kesenjangan sosial, dan kriminalitas (Fauziah dan Novandi dalam Khumairoh et al., 2024).

Dalam upaya mengurangi *stunting* di dunia, maka dibentuklah *Sustainable Development Goals (SDGs)* yang bertumpu pada tiga pilar, yakni sosial, ekonomi, dan lingkungan. Salah satu target capaian yang menjadi prioritas tujuan *SDGs* adalah mengakhiri kelaparan dan memastikan tersedianya akses bagi seluruh rakyat terhadap makanan yang aman, bergizi, dan cukup sepanjang tahun. Hal ini sejalan dengan harapan bahwa target *World Health Assembly (WHA)* tentang nutrisi global untuk tahun 2025 dapat tercapai, salah satunya adalah pengurangan 40% jumlah anak di bawah usia lima tahun yang mengalami *stunting* (Muktiyo et al., 2020).

Indonesia merupakan negara agraris dan maritim sehingga kaya akan pangan. Namun, hal tersebut tidak membuat Indonesia lepas dari masalah *stunting*. Pada ta-

hun 2022, Indonesia menempati urutan tertinggi ke-25 dari 159 negara yang memiliki data *stunting* (UNICEF, 2023). Berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013, prevalensi *stunting* Indonesia berada di angka 37,2%. Angka tersebut telah turun menjadi 21,5% dari 306.281 anak yang disurvei berdasarkan Status Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023.

Mengingat dampak *stunting* yang dapat mengancam masa depan bangsa, maka Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2021 Tentang Percepatan Penurunan Stunting dan menetapkan target nasional prevalensi *stunting* sebesar 14% pada tahun 2024. Target ini diharapkan dapat tercapai agar Indonesia dapat meraih bonus demografi pada tahun 2030. Bonus demografi merupakan suatu keadaan ketika rasio jumlah penduduk produktif (usia 15 hingga 64 tahun) lebih tinggi dibandingkan jumlah penduduk non produktif, yaitu mereka yang berusia di bawah 15 tahun dan berusia 65 tahun ke atas (Bender, 2022).

Terdapat lima pilar yang menjadi acuan bersama dalam pelaksanaan program untuk mempercepat penurunan *stunting*, yakni sebagai berikut:

| PILAR 1                                                                                                                                                | PILAR 2                                                               | PILAR 3                                                                                                                                                                         | PILAR 4                                                                               | PILAR 5                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Peningkatan komitmen dan visi kepemimpinan di kementerian/ lembaga, pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten/ kota, dan pemerintah desa | Peningkatan komunikasi perubahan perilaku dan pemberdayaan masyarakat | Peningkatan konvergensi intervensi spesifik dan intervensi sensitif di kementerian/ lembaga, pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten/ kota, dan pemerintah desa | Peningkatan ketahanan pangan dan gizi pada tingkat individu, keluarga, dan masyarakat | Penguatan dan pengembangan sistem, data, informasi, riset, dan inovasi |

**Tabel 1. 1 Pilar Percepatan Penurunan Stunting  
(sumber: Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021)**

Isu tentang *stunting* dan upaya untuk menguranginya dapat dilakukan dengan melibatkan seluruh masyarakat. Oleh karena itu, penting menyampaikan informasi terkait *stunting* kepada masyarakat agar memiliki kesadaran untuk peduli terhadap *stunting* yang ada di sekitar mereka. Dalam menyampaikan informasi terkait *stunting*,

diperlukan sebuah strategi sebab penyampaian informasi yang tidak strategis akan memberikan dampak yang mengakibatkan kurangnya efektivitas pesan dan tujuan dari komunikasi (Prawira et al., 2024).

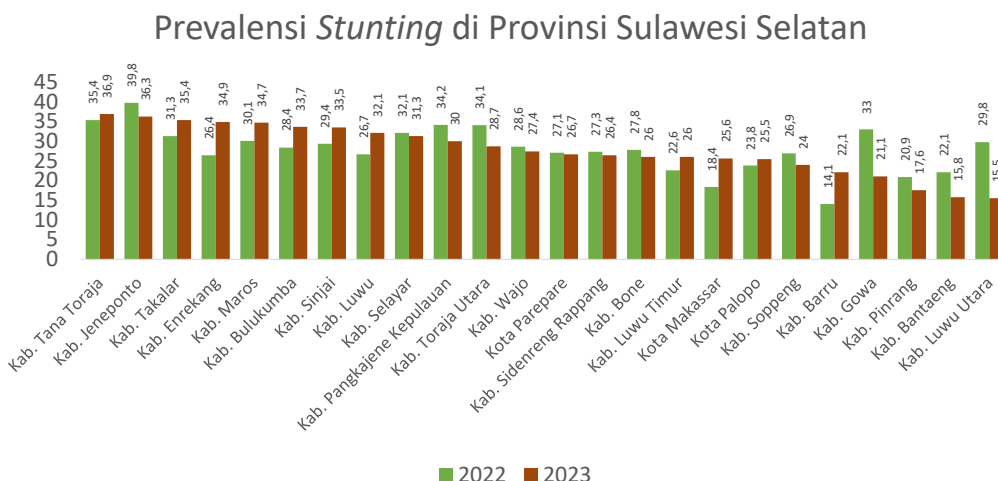
Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya menurunkan kasus *stunting* sebab pemerintah maupun lembaga pemerintah dapat menyampaikan informasi untuk mengedukasi masyarakat tentang dampak buruk *stunting* dan konsekuensinya di masa depan. Sebagaimana terdapat di dalam pilar kedua, yakni peningkatan komunikasi perubahan perilaku dan pemberdayaan masyarakat menunjukkan betapa pentingnya komunikasi. Komunikasi berfungsi untuk menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan menghibur (Mulyana, 2021).

Komunikasi tentang *stunting* erat kaitannya dengan komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan adalah komunikasi yang dilakukan di ranah kesehatan untuk mendorong tercapainya keadaan atau status yang sehat secara utuh, baik fisik, mental, maupun sosial. Komunikasi kesehatan memiliki relasi yang kuat dengan usaha manusia untuk menjaga kesehatannya, baik di tingkat individu, kelompok, organisasi, maupun pemerintah (Junaedi & Sukmono, 2018).

Komunikasi yang baik antara pemerintah maupun lembaga pemerintah dengan masyarakat akan memengaruhi pencapaian target penurunan kasus *stunting*. Pada tahun 2023, Provinsi Bali berhasil melampaui target prevalensi *stunting*, yaitu di angka 7,2%. Keberhasilan ini dapat tercapai salah satunya melalui kerjasama Pemerintah Bali dengan lembaga desa adat yang ada di masing-masing Kabupaten, Kecamatan, dan Desa dalam mengedukasi remaja yang akan menikah tentang kesehatan diri, kesiapan pranikah, saat menikah, dan pasca menikah terutama saat mengandung. Hal ini bertujuan agar calon pengantin memahami cara memenuhi kebutuhan tubuh saat hamil sehingga janin yang dikandung mendapatkan nutrisi gizi yang lengkap dan dapat bertumbuh dengan baik (Admin Kilas, 2023).

Secara keseluruhan, hampir sebagian provinsi di Indonesia menunjukkan adanya penurunan angka prevalensi *stunting* walaupun masih tergolong tinggi, dan sebagian lainnya mengalami peningkatan, salah satunya adalah Provinsi Sulawesi Selatan yang berada pada angka 27,2% di tahun 2022 dan 27,4% di tahun 2023. Kabupaten Tana Toraja menempati urutan pertama dalam prevalensi *stunting* tertinggi di Provinsi Sulawesi Selatan, yakni 36,9%. Disusul Kabupaten Jeneponto sebesar 36,3% dan Kabupaten Takalar sebesar 35,4%. Sedangkan prevalensi terendah sebesar 15,5% ada di Kabupaten Luwu Utara. Disusul Kota Bantaeng sebesar 15,8% dan Kabupaten Pinrang sebesar 17,6%.

Berdasarkan data prevalensi *stunting* pada gambar 1.1 diketahui bahwa dari 24 kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan, 11 di antaranya mengalami peningkatan angka prevalensi *stunting* dengan rata-rata peningkatan sebesar 4,89% , sedangkan 13 kabupaten lainnya mengalami penurunan rata-rata sebesar 4,15%. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa rata-rata peningkatan angka *stunting* lebih tinggi dibandingkan penurunannya. Meski demikian, daerah yang mengalami penurunan *stunting* sedikit lebih banyak dibandingkan daerah yang mengalami peningkatan.



**Gambar 1. 1 Prevalensi *Stunting* Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2022-2023 (sumber: SSGI 2022 dan SKI 2023 yang diolah kembali oleh peneliti)**

Dalam mengatasi prevalensi *stunting* yang masih tinggi, maka dibutuhkan kerja sama lintas sektor untuk menanggulangi permasalahan tersebut. Terdapat 24 kementerian dan kelembagaan negara yang turut andil. Pemerintah daerah, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2024, mempunyai peranan besar dalam pencapaian target pelaksanaan program prioritas pemerintah. Salah satu pemerintah daerah yang turut andil dalam program penanganan dan pencegahan *stunting* adalah Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan.

Kabupaten Pinrang merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan dengan tingkat prevalensi *stunting* yang rendah. Pada tahun 2022, Kabupaten Pinrang bersama Kota Makassar dan Kabupaten Barru menempati urutan terendah dalam prevalensi *stunting* di Provinsi Sulawesi Selatan. Namun, pada tahun 2023, Kota Makassar dan Kabupaten Barru mengalami peningkatan prevalensi *stunting*, sedangkan Kabupaten Pinrang tetap dalam prevalensi yang rendah. Berdasarkan Hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2022, prevalensi *stunting* Kabupaten Pinrang berada di angka 20,9% dengan 2.610 balita *stunting* (Satu Data Pinrang, 2022). Prevalensi tersebut terus turun hingga mencapai angka 17,6%. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari kerja sama berbagai pihak serta inovasi yang dilakukan oleh Kabupaten Pinrang.

Adapun inovasi yang dikembangkan di Kabupaten Pinrang untuk mencegah dan mengurangi *stunting* adalah Konvergensi Lintas Sektor dan Program Untuk Intervensi Stunting (Kolase Pro Insting). Inovasi tersebut didasari pada perpaduan naluri untuk melakukan sesuatu yang selaras dan konvergensi. Wakil Bupati sekaligus Ketua TPPS Kabupaten Pinrang, Alimin (dalam Media Indonesia, 2022) mengatakan hal tersebut merupakan inovasi asli yang dikembangkan oleh Dinas

Kesehatan Kabupaten Pinrang dan belum diterapkan di kabupaten lain. Ide atau gagasan ini dimulai pada tahun 2019 dan mulai dilaksanakan pada tahun 2020.

Secara sederhana, Kolase Pro In스팅 merupakan inovasi yang melibatkan sektor terkait dalam pembuatan program untuk mempercepat penurunan *stunting*. Salah satu bentuk kegiatan dari inovasi ini adalah penyerbuan informasi mengenai gizi dan kesehatan melalui berbagai media. Dalam berkomunikasi, penggunaan media memudahkan penyampaian informasi untuk khalayak luas sehingga informasi seperti gizi dan kesehatan dapat diketahui oleh masyarakat. Melalui penyampaian informasi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat, khususnya para orang tua agar memperhatikan gizi anak-anaknya sehingga kasus *stunting* dapat berkurang. Adapun beberapa media yang digunakan oleh Dinas Kesehatan antara lain: media sosial, *leaflet*, dan tatap muka.

Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang tidak hanya melaksanakan Inovasi Kolase Pro In스팅, tetapi juga melakukan pemberian makanan tambahan kepada balita *stunting* ataupun pemberian sembako/bantuan kepada keluarga *stunting*, melakukan pengukuran tinggi badan dan berat badan balita, serta mengadakan sosialisasi dan pelatihan-pelatihan untuk kader *stunting*.

Peran serta Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang tentunya sangat penting dalam upaya pencegahan dan penurunan kasus *stunting* di Kabupaten Pinrang. Dinas Kesehatan merupakan salah satu unsur pelaksana Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Adapun tugas Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang ialah menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kesehatan yang menjadi kewenangan daerah dan melakukan tugas pembantuan sesuai bidangnya.

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lingkungan sekitar lokasi penelitian, peneliti mengamati beberapa anak mengonsumsi paling tidak dua atau tiga jenis pangan dalam sehari. Hal tersebut yang kemungkinan menjadi alasan rendahnya kasus *stunting* di Kabupaten Pinrang karena kebutuhan gizi yang cukup terpenuhi. Meski demikian, peneliti juga pernah menemui anak yang terindikasi *stunting*. Peneliti berasumsi bahwa belum semua anak menerapkan pola makan dengan memperhatikan gizi seimbang.

*Stunting* adalah kondisi kekurangan gizi kronis, maka untuk mencegah terjadinya *stunting* dibutuhkan gizi yang cukup dengan cara mengonsumsi gizi seimbang. Dilansir dari laman Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, gizi seimbang adalah susunan asupan sehari-hari yang jenis dan jumlah zat gizinya sesuai dengan kebutuhan tubuh. Prinsip gizi seimbang pada dasarnya merupakan upaya untuk menyeimbangkan antara zat gizi yang keluar dan zat gizi yang masuk dengan mengontrol berat badan secara teratur. Ada empat pilar gizi seimbang, yakni mengonsumsi makanan dengan beraneka ragam, pola hidup aktif dan berolahraga, menerapkan pola hidup bersih dan sehat, dan menjaga berat badan ideal.

Pentingnya gizi seimbang untuk mencegah dan menurunkan *stunting* perlu dikomunikasikan ke semua masyarakat, khususnya anak-anak dan remaja karena

masih berada di tahap proses pertumbuhan. Dalam hal ini, Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang telah menyampaikan pentingnya gizi seimbang untuk mencegah *stunting*, salah satunya melalui program Gerakan Aksi Bergizi. Program ini bertujuan meningkatkan pemahaman gizi dan kesehatan remaja.

Tujuan penyampaian pesan terkait gizi seimbang dapat tercapai dengan baik apabila terdapat strategi komunikasi. Strategi komunikasi berkaitan dengan perencanaan komunikasi sampai dengan pelaksanaan komunikasi (Nurhadi & Kurniawan, 2017).

Dengan adanya strategi komunikasi memungkinkan organisasi dapat menjalankan suatu kegiatan dengan efektif. Sebagai contoh, dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Febriansyah Ramadhan (2023) mengenai efektivitas strategi komunikasi Satgas Covid-19 RI dalam mengimbau masyarakat untuk melakukan vaksin diketahui bahwa kegiatan tersebut berlangsung cukup efektif karena adanya strategi komunikasi. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Wawan Hermansyah (2024) mengenai strategi komunikasi Kader TBC Komunitas dalam mendorong terduga TBC memeriksakan diri ke fasilitas layanan kesehatan menunjukkan bahwa kegiatan tersebut berlangsung efektif karena adanya strategi komunikasi yang dilakukan.

Melihat keberhasilan Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang dalam mencegah dan menurunkan kasus *stunting*, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang dalam menyampaikan pentingnya gizi seimbang untuk mencegah dan menurunkan *stunting*. Peneliti juga ingin mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menurunkan kasus *stunting*.

Ada banyak penelitian terdahulu mengenai strategi komunikasi dalam menurunkan *stunting* yang relevan dengan penelitian ini sehingga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan, di antaranya sebagai berikut:

Penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kulon Progo dalam Menurunkan Kasus *Stunting* di Desa Karangsari Melalui Program Desa Lokus *Stunting* 2018” oleh Ahmad Syafi’i Lubis pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Kulon Progo untuk menurunkan kasus *stunting* melalui program Desa Lokus *Stunting* 2018 dan tanggapan masyarakat serta efektivitas program. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yakni wawancara dan dokumentasi berupa arsip instansi. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi Dinas Kesehatan diawali dengan melakukan analisis situasi, penetapan tujuan, pemilihan komunikator berdasarkan pemahamannya tentang *stunting*, merancang pesan dalam bentuk penyuluhan tatap muka dan pemutaran film/video, serta menentukan media komunikasi dan target sasaran program.

Penelitian lain berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Gizi Seimbang dalam Menangani Kasus *Stunting*” oleh Insyirah Salsabila Latif pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan faktor penghambat yang ditemui oleh Kelurahan Watang Bacukiki dan bagaimana penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kelurahan Watang Bacukiki dalam upaya penanganan *stunting* melalui komunikasi

gizi seimbang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa faktor yang menghambat pelaksanaan program *stunting* dan strategi komunikasi yang digunakan terdiri atas empat tahap inti, yaitu menetapkan komunikator, menentukan khalayak, menyusun pesan, dan memilih media dan saluran komunikasi.

Penelitian selanjutnya berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Kelurahan Sicanang dalam Menurunkan Angka *Stunting*” oleh Setia Peronika Sianturi pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi serta faktor penghambat dan pendukung strategi komunikasi yang dilakukan pemerintah Kelurahan Sicanang dalam menurunkan angka *stunting*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan pemerintah kelurahan melakukan komunikasi dengan mengenal khalayak berdasarkan kategorisasi keluarga berisiko *stunting*, teknik penyusunan pesan yang bersifat *availability*, metode penyampaian pesan yang informatif dan edukatif, dan menggunakan media komunikasi secara langsung.

Hal yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti kaji terletak pada lokasi penelitiannya. Peneliti melakukan penelitian di Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan dalam menurunkan *stunting*, khususnya melalui program Gerakan Aksi Bergizi untuk menyampaikan pentingnya gizi seimbang dalam mencegah dan menurunkan *stunting*, mengingat Kabupaten Pinrang sebagai salah satu daerah dengan prevalensi *stunting* terendah di provinsi Sulawesi Selatan.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik mengangkat judul **Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan dalam Upaya Penurunan Kasus *Stunting* di Kabupaten Pinrang** sebagai penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang dalam upaya penurunan kasus *stunting* di Kabupaten Pinrang?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang dalam menurunkan *stunting*?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang dalam upaya penurunan kasus *stunting* di Kabupaten Pinrang.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang dalam menurunkan *stunting*.

### b. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bagi pengembangan penelitian terkait strategi komunikasi.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan acuan bagi pemerintah daerah maupun para tenaga kesehatan agar dapat menggunakan strategi komunikasi yang serupa sehingga mampu meningkatkan kesadaran khalayak terhadap fenomena *stunting* serta menjadi masukan positif dan bermanfaat bagi peneliti, pembaca, dan Pemerintah Kabupaten Pinrang.

#### 1.4 Kerangka Konseptual

##### a. Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi antarindividu melalui berbagai simbol, tanda, atau perilaku untuk disamakan. Secara terminologis, komunikasi mengacu pada proses penyampaian pesan dari individu kepada individu lainnya. Harold Dwight Lasswell (dalam Mulyana, 2021) menyatakan bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan tentang *Who?* (Siapa/Komunikator), *Says What?* (Mengatakan apa/Pesan), *In Which Channel?* (Melalui saluran apa/Medium), *To Whom?* (Kepada siapa/Komunikan), *With What Effect?* (Dengan efek apa/Akibat). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsep komunikasi menurut Harold Dwighth Lasswell terdiri atas lima unsur, yakni komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek.

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang mampu memberikan efek atau dampak kepada komunikan berupa (a) *kognitif*, yakni meningkatnya pengetahuan; (b) *afektif*, yakni perubahan pandangan (sikap); dan (c) *behavioral*, yakni perubahan perilaku atau tindakan (Akbar, 2016).

##### b. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Rogers (dalam Cangara, 2013) adalah suatu rancangan komunikasi yang dibentuk untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sementara Middleton (dalam Cangara, 2013), seorang pakar perencanaan komunikasi, berpendapat bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi yang dirancang dengan baik akan mempermudah proses penyampaian informasi dalam sebuah organisasi, mempengaruhi pembentukan opini dan pencapaian tujuan (Risdayanti, Akbar, & Farid, 2024).

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana

operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy dalam Wulandari & Mahyuzar, 2019). Di samping itu, strategi komunikasi sudah seharusnya tetap mengacu pada elemen-elemen komunikasi dalam proses perencanaan dan penetapannya, yakni *who? says what? in which channel? to whom? with what effect?*. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut (Cangara, 2017):

### **1. Memilih dan Menetapkan Komunikator**

Komunikator adalah kunci dan kendali atas seluruh aktivitas komunikasi. Jika suatu proses komunikasi tidak berjalan dengan baik atau mengalami kegagalan, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator. Oleh karena itu, komunikator harus memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator yaitu:

- **Kredibilitas**

Kredibilitas, yaitu persepsi komunikan tentang kelebihan diri komunikator sehingga dapat diterima oleh target sasaran. Josep Gobbel, Menteri Propaganda Hitler dalam Perang Dunia II menyatakan bahwa untuk menjadi seorang komunikator yang andal dan efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi di mata pendengar. Kredibilitas menurut Petty (1996) adalah sejauh mana komunikator dipandang memiliki keahlian dan dipercaya. Keahlian adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki komunikator terhadap subjek di mana ia berkomunikasi. Sementara komunikator dapat dipercaya apabila ia tidak memihak, jujur, berintegritas, mampu, bijaksana, mempunyai kesungguhan, dan simpatik (Syarbaini et al., 2021).

- **Daya Tarik**

Daya tarik atau *attractiveness*, yaitu penampilan atau kepribadian menarik. Dalam kampanye politik, misalnya, daya tarik seorang politisi memiliki pengaruh besar terhadap pemilih. Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan, simpati muncul karena daya tarik yang ditunjukkan oleh seseorang. Daya tarik pada umumnya disebabkan karena cara bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan nices, dan postur tubuh yang gagah.

- **Kekuatan (*power*)**

Kekuatan seorang komunikator ditentukan oleh lima hal, yaitu usia, penampilan, kecerdasan, keterampilan berkomunikasi, dan popularitas.

### **2. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak**

Dalam menentukan target sasaran, hal penting yang harus dilakukan adalah memahami masyarakat yang akan menjadi target sasaran sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Masyarakatlah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu program sebab jika masyarakat tidak tertarik pada program, maka semua kegiatan komunikasi akan sia-sia.

Masyarakat adalah makhluk sosial yang memiliki kebebasan untuk memilih yang terbaik menurut pikiran dan pengalamannya. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan masyarakat sehingga strategi komunikasi dapat berhasil sebab masyarakat bisa saja mengatakan akan menerapkan apa yang disampaikan oleh komunikator karena tidak ingin mengecewakan, tetapi tidak melakukannya setelah ia kembali ke rumah.

### **3. Menyusun Pesan**

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan dapat disusun dalam dua teknik, yakni (1) *one-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu; dan (2) *two-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi baik dan kurang baik dari sesuatu. Agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, seorang komunikator harus menguasai terlebih dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunannya yang sistematis, mengemukakan argumentasi secara logis berdasarkan fakta, membuat intonasi dan gerakan tubuh yang menarik perhatian pendengar, dan menyisipkan humor untuk mengurangi rasa bosan.

### **4. Memilih Media Komunikasi**

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang ingin disampaikan, serta jenis media yang dimiliki khalayak. Media massa seperti surat kabar, radio, dan televisi dapat digunakan untuk masyarakat luas, tetapi tidak menutup kemungkinan menggunakan internet dan media sosial mengingat media telah berkembang dari waktu ke waktu. Selain itu, seiring berkembangnya dinamika komunikasi, media sosial menonjol sebagai kekuatan penting dalam mendistribusikan informasi kesehatan (Muhtar, Amir, & Arya, 2024). Bagi komunitas tertentu, selebaran atau media lainnya dapat digunakan dalam situasi tatap muka langsung.

#### **c. Komunikasi Kesehatan**

Harahap dan Putra (dalam Haro et al., 2022) mendeskripsikan komunikasi kesehatan sebagai suatu upaya yang sistematis untuk memengaruhi secara positif perilaku kesehatan masyarakat dengan menerapkan berbagai prinsip dan metode komunikasi seperti komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Komunikasi kesehatan mencakup pencegahan penyakit, promosi kesehatan, pemeliharaan kesehatan, dan pilihan fasilitas kesehatan yang tersedia. Sedangkan menurut Thomas (dalam Paramasari & Nugroho, 2021), komunikasi kesehatan merupakan sebuah cara yang dipakai untuk menyalurkan informasi, mempengaruhi serta memotivasi individu bahkan institusi di bidang kesehatan.

Komunikasi kesehatan memiliki hubungan yang erat dengan upaya manusia dalam menjaga kesehatan, baik secara individu, kelompok, organisasi, maupun pemerintah. Contohnya adalah program promosi kesehatan yang dijalankan oleh pemerintah untuk menangani berbagai isu kesehatan. Program ini, sebagai bagian dari upaya kesehatan, merupakan wujud komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh lembaga negara dan melibatkan organisasi masyarakat dalam pelaksanaannya. Pesan dalam promosi kesehatan disusun oleh individu atau kelompok yang memiliki keahlian di bidang tersebut. Sebagai contoh, iklan layanan masyarakat terkait masalah kesehatan biasanya disusun oleh biro iklan atas permintaan Departemen Kesehatan (Junaedi & Sukmono, 2018).

#### **d. Gizi Seimbang**

Gizi seimbang adalah asupan sehari-hari yang jenis dan jumlah zat gizinya disesuaikan dengan kebutuhan tubuh dengan tetap memperhatikan prinsip keanekaragaman pangan, aktivitas fisik, perilaku hidup bersih dan sehat, dan menjaga berat badan ideal untuk mencegah masalah gizi.

Prinsip gizi seimbang terdiri atas empat pilar yang bertujuan untuk menyeimbangkan antara zat gizi yang keluar dan zat gizi yang masuk. Empat pilar tersebut, yaitu:

1. Konsumsi makanan yang beraneka ragam. Beraneka ragam artinya makanan yang dikonsumsi terdiri atas beberapa jenis pangan dengan proporsi yang seimbang, dalam jumlah cukup, tidak berlebihan, dan dilakukan secara teratur. Proporsi setiap kelompok pangan disesuaikan dengan kebutuhan yang seharusnya.
2. Pola hidup aktif dan berolahraga. Prinsip ini bertujuan agar terjadi keseimbangan antara zat gizi yang masuk dengan zat gizi yang keluar melalui berbagai aktivitas fisik seperti olahraga.
3. Menerapkan pola hidup bersih dan sehat. Kebiasaan hidup bersih dan sehat akan menghindarkan seseorang dari paparan terhadap sumber penyakit yang dapat memengaruhi status gizi seseorang. Contohnya, mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir sebelum makan dan setelah buang air besar atau kecil.
4. Menjaga berat badan ideal. Berat badan ideal adalah salah satu indikator telah tercapainya keseimbangan gizi. Bagi orang dewasa, berat badan ideal ditandai dengan kesesuaian antara berat badan dengan tinggi badan berdasarkan indikator Indeks Massa Tubuh (IMT). Sementara pada bayi dan balita, indikatornya berdasarkan kesesuaian antara berat badan dengan pertambahan umur yang pemantauannya dilakukan dengan menggunakan Kartu Menuju Sehat (KMS).

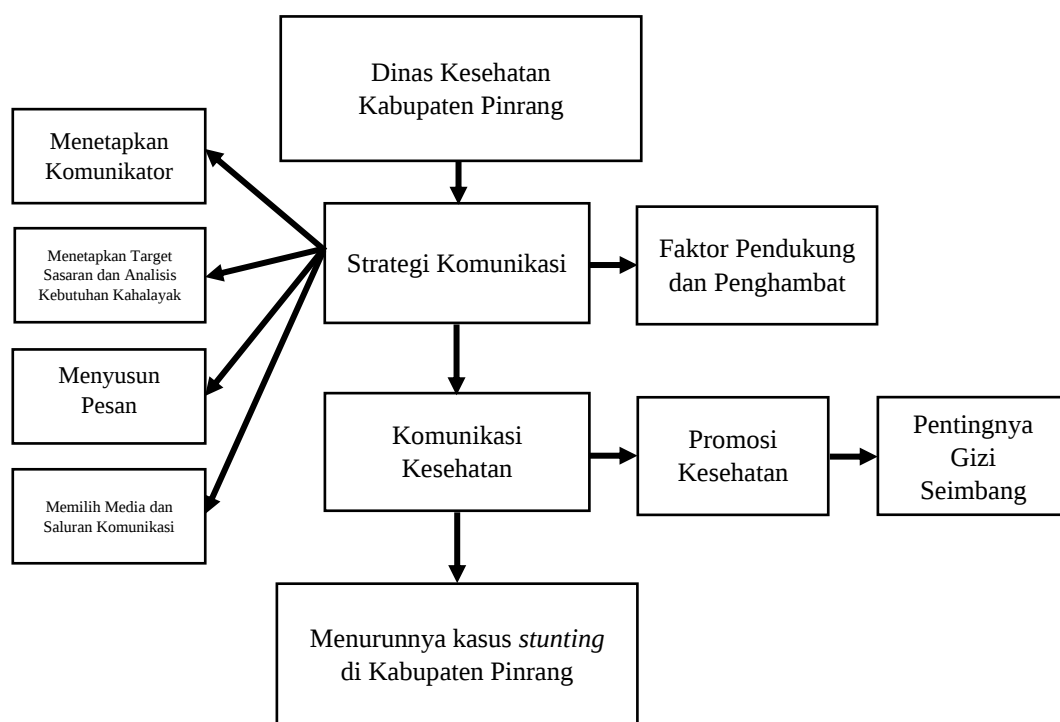
#### **e. Stunting**

*Stunting* adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan pada anak akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, yang ditandai dengan panjang atau tinggi badannya berada di bawah standar yang ditetapkan oleh

menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kesehatan (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2021). Kekurangan gizi kronis terjadi apabila anak kekurangan gizi dalam jangka waktu lama yang terjadi sejak janin dalam kandungan sampai awal kehidupan anak (1000 HPK). Selain itu, faktor pola asuh yang kurang baik, kurangnya nutrisi pada ibu di masa remaja bahkan di masa kehamilan, dan laktasi juga menjadi penyebab *stunting* pada anak (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia).

Mencegah dan menurunkan *stunting* akan lebih baik dilakukan sejak dini dengan cara memberi edukasi terkait pentingnya gizi bagi anak-anak, khususnya remaja perempuan yang akan menjadi seorang ibu di masa depan. Kaitannya dengan penelitian ini ialah pemberian informasi terkait komunikasi kesehatan terutama mengenai pentingnya gizi seimbang dalam mencegah dan menurunkan *stunting* pada wilayah yang bersangkutan. Pemberian pengertian dan pemahaman melalui komunikasi kesehatan kepada masyarakat khususnya remaja putri dapat dijadikan upaya pencegahan dan penurunan kasus *stunting* agar tidak meningkat.

Dari uraian di atas, maka kerangka konseptual untuk penelitian ini digambarkan seperti bagan di bawah ini.



**Tabel 1. 2 Skema Kerangka Pikir**  
(sumber: Data Primer, 2024)

### 1.5 Definisi Konseptual

Agar tidak terjadi kesalahpahaman atau kekeliruan dalam menafsirkan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan batasan-batasan sebagai berikut:

- a. Strategi komunikasi adalah suatu rancangan komunikasi yang dibentuk untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Tahapan yang dibutuhkan dalam merencanakan strategi tersebut adalah (1) menetapkan komunikator, (2) menetapkan target sasaran, (3) menyusun pesan, dan (4) memilih media.
- b. Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang merupakan unsur pelaksana Urusan Pemerintahan di bidang kesehatan yang menjadi kewenangan daerah.
- c. Komunikasi kesehatan merupakan suatu upaya yang sistematis untuk memengaruhi secara positif perilaku kesehatan masyarakat dengan menerapkan berbagai prinsip dan metode komunikasi seperti komunikasi interpersonal dan komunikasi massa.
- d. Gizi seimbang adalah asupan sehari-hari yang jenis dan jumlah zat gizinya sesuai dengan kebutuhan tubuh dengan memperhatikan prinsip keanekaragaman pangan, aktivitas fisik, perilaku hidup bersih dan sehat, dan menjaga berat badan ideal untuk mencegah masalah gizi.
- e. *Stunting* adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan pada anak akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, yang ditandai dengan panjang atau tinggi badannya berada di bawah standar yang ditetapkan oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kesehatan.

### 1.6 Metode Penelitian

#### 1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Proses penelitian ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, yaitu sejak bulan Maret – Juni 2024 dan dilaksanakan di Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan.

#### 2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan keadaan suatu objek yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian. Data kemudian dideskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat dengan berupaya menggali kedalaman atau makna data lebih mendalam.

#### 3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

##### a. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh dari penelitian lapangan yang langsung menemui para informan melalui:

- Observasi atau pengamatan, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat objek penelitian secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.
  - Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab secara tatap muka untuk memperoleh jawaban tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.
  - Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan melihat kembali sumber-sumber data dari dokumen yang ada untuk dimanfaatkan sebagai pendukung dan perluasan data-data yang telah diperoleh.
- b. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dari sumber kedua yang berguna sebagai data pelengkap. Dalam hal ini, peneliti memanfaatkan buku atau studi kepustakaan, literatur, internet, dan media lainnya terkait informasi-informasi yang berhubungan dengan penelitian.

#### 4. Teknik Penentuan Informan

Informan adalah orang yang menjadi sumber penelitian untuk memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti dalam pengumpulan data penelitian. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan atas kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria ditentukan dari perkiraan kapasitas pengetahuan dan pengalaman subjek penelitian dalam memberikan informasi terkait fokus penelitian. Adapun kriteria yang peneliti tentukan, yaitu:

- a. Merupakan orang yang ahli di bidang *stunting*.
- b. Telah bekerja di Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang minimal 2 tahun.
- c. Pernah terlibat langsung di masyarakat dalam menyampaikan isu tentang *stunting* dan pentingnya gizi seimbang.

Dari kriteria informan yang telah ditentukan, maka peneliti menetapkan lima informan dalam penelitian ini yang terdiri atas:

1. Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang
2. Sekretaris Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang
3. Kepala Bidang Kesehatan Masyarakat Dinas Kesehatan Kabupaten Pinrang
4. Ketua Tim Program Kerja Kesehatan Keluarga dan Gizi
5. Ketua Tim Program Kerja Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut, analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna (Muhadjir dalam Rijali, 2018).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2008) yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berikut pembahasan lebih jelas terkait teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Reduksi Data

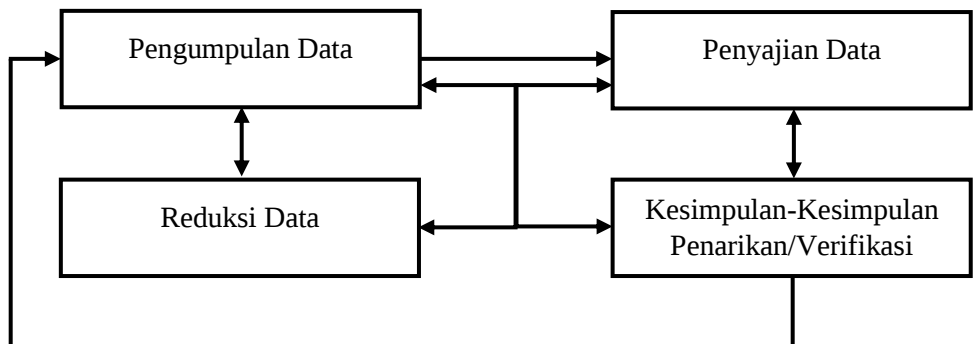
Reduksi berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Data yang direduksi akan memberikan gambaran secara lebih jelas. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan hanya kepada strategi komunikasi Dinas Kesehatan dalam upaya penurunan kasus *stunting* di Kabupaten Pinrang, khususnya dalam menyampaikan pentingnya gizi seimbang melalui Gerakan Aksi Bergizi.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, selanjutnya adalah penyajian data. Data disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Data tersebut disajikan dengan mengelompokkan sesuai rumusan masalah.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap yang dilakukan setelah menyajikan data. Setelah menguraikan dan menjabarkan data yang diperoleh di lapangan, peneliti kemudian menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.



**Tabel 1. 3 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif**  
(sumber: Miles dan Huberman dalam Sugiyono 2008)

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Strategi**

##### **2.1.1 Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan “*agein*” yang artinya memimpin. Dengan demikian, strategi adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan (Cangara, 2017).

Pada awalnya, strategi digunakan dalam konsep militer di mana para pemimpin memegang peranan penting untuk membuat suatu rancangan atau taktik untuk mencapai suatu tujuan, yakni memenangkan pertempuran. Namun, konsep strategi telah dikembangkan oleh para praktisi, tidak hanya dari kalangan berlatar belakang militer, tapi juga dari profesi lain, misalnya pakar strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Wohlsetter berlatar belakang matematika.

Seiring perkembangan disiplin ilmu, pengertian strategi menjadi sangat beragam sebagaimana diungkapkan oleh beberapa ahli, di antaranya:

- Strategi adalah rangkaian keputusan dan tindakan untuk mencapai suatu maksud dalam pencapaian tujuan organisasi (Zamzami & Sahana, 2021).
- Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut (Siagian dalam Ghofar & Ariadi, 2024).
- Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (Craig dalam Ghofar & Ariadi, 2024).
- Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang harus dijalankan saat ini sesuai dengan situasi dan kondisi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan (AndiPate, 2015).

Dari beberapa definisi para ahli di atas dapat dipahami bahwa strategi adalah rangkaian rencana dan tindakan yang dibuat oleh manajemen puncak dengan memperhatikan target sasaran, tujuan jangka panjang, dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan organisasi.

##### **2.1.2 Tahapan Strategi**

Secara garis besar, diperlukan tiga tahapan dalam melakukan strategi (Absari, 2018), yaitu:

1. Perumusan strategi merupakan tahapan pertama yang di dalamnya mencakup pengembangan tujuan, mengenal peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menerapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi yang dilaksanakan.
2. Impelementasi strategi merupakan tahapan kedua yang harus dilakukan agar strategi tidak menjadi sekadar angan-angan saja. Oleh karena itu, dibutuhkan komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaannya. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penempatan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan organisasi.
3. Evaluasi strategi merupakan tahapan ketiga yang diperlukan untuk mengukur keberhasilan strategi. Tahap ini penting untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai dan menjadi tolak ukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi.

## 2.2 Komunikasi

### 2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek terpenting dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi, manusia selalu berkomunikasi baik dengan dirinya maupun orang lain. Manusia memiliki tujuannya masing-masing saat berkomunikasi, seperti menjalin hubungan dengan orang lain, membagikan ilmu atau wawasan yang dimiliki, ataupun sekadar mencari informasi untuk memenuhi sifat dasar manusia, yakni rasa ingin tahu.

Secara etimologis, komunikasi atau *communication* (dalam bahasa Inggris) berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya “sama” atau “membuat sama”. Sama yang dimaksud dalam hal ini adalah kesamaan makna. Ini berarti bahwa komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan makna antara pesan yang dimaksud komunikator dan pesan yang dipahami oleh komunikan.

Secara terminologis, komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui satu atau lebih saluran dengan tujuan untuk menambah pengetahuan, memengaruhi sikap, dan mengubah perilaku. Pengertian ini memberikan kita pemahaman bahwa yang terlibat dalam kegiatan komunikasi adalah manusia sehingga komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi manusia yang sering juga disebut komunikasi sosial atau *social communication*.

Di dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* karya Deddy Mulyana, Bernard Berelson dan Gary A. Steiner mendefinisikan komunikasi sebagai transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol berupa kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi. Di sisi lain, menurut Raymond S. Ross, komunikasi (intensional)

adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator. Sedangkan komunikasi menurut Everett M. Rogers adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Ada banyak definisi komunikasi yang dibuat oleh para ahli untuk memahami komunikasi dengan baik. Namun, cara terbaik untuk menerangkan komunikasi sebagaimana disampaikan oleh Harold Dwight Lasswell adalah dengan menjawab pertanyaan terkait "*who? says what? in which channel? to whom? with what effect?*" (siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? dengan pengaruh bagaimana?).

Dari beberapa definisi di atas, dapat kita simpulkan bahwa komunikasi adalah proses menyamakan makna pada pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan sehingga timbul saling pemahaman dan saling pengertian.

### 2.2.2 Tujuan Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung begitu saja tanpa adanya tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud adalah hasil atau akibat yang diinginkan oleh pelaku komunikasi. Secara umum, tujuan komunikasi dapat dikelompokkan menjadi tiga (Hariyanto, 2021), yaitu mengubah sikap (*attitude change*), mengubah opini (*opinion change*), dan mengubah perilaku (*behavior change*).

Di samping itu, tujuan komunikasi juga dapat dilihat dari perspektif para pelaku komunikasi, yakni sebagai berikut:

- a. Dari perspektif komunikator, tujuan komunikasi adalah memberikan informasi, mendidik, menyenangkan/menghibur, dan menganjurkan suatu tindakan/persuasi.
- b. Dari perspektif komunikan, tujuan komunikasi adalah memahami informasi, mempelajari, menikmati, dan menerima atau menolak anjuran.

Dengan demikian, akibat atau hasil dari komunikasi yang dilakukan mencakup tiga aspek, yaitu (1) Aspek kognitif yang menyangkut kesadaran dan pengetahuan. Misalnya, menjadi sadar atau ingat, menjadi tahu atau kenal; (2) Aspek afektif, yaitu menyangkut sikap atau perasaan/emosi. Misalnya, sikap setuju/tidak setuju, perasaan sedih, gembira, benci, dan suka; dan (3) Aspek psikomotor, yaitu menyangkut perilaku/tindakan. Misalnya, berbuat seperti apa yang disarankan atau yang tidak disarankan.

### 2.2.3 Fungsi Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mengemukakan empat fungsi komunikasi, yaitu:

a. Fungsi Pertama: Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi ini mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b. Fungsi Kedua: Komunikasi Ekspresif

Fungsi komunikasi ini tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut dapat menyampaikan perasaan-perasaan/emosi yang dimiliki. Perasaan-perasaan tersebut dapat disampaikan lewat kata-kata, tetapi lebih utama lewat perilaku nonverbal.

c. Fungsi Ketiga: Komunikasi Ritual

Fungsi komunikasi ini erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif dan biasanya dilakukan secara kolektif, seperti upacara-upacara atau perayaan-perayaan baik secara adat, agama, negara, dan sebagainya. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka.

d. Fungsi Keempat: Komunikasi Instrumental

Fungsi komunikasi ini memiliki beberapa tujuan umum, seperti menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif).

## 2.3 Strategi Komunikasi

Rogers (dalam Cangara, 2013) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Middleton (dalam Cangara, 2013) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Komunikasi dapat berlangsung secara efektif dan efisien apabila terdapat strategi dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, memilih strategi adalah langkah penting dan memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi. Jika strategi yang dipilih salah atau tidak tepat, maka hasilnya bisa merugikan baik dari segi waktu, materi, maupun tenaga.

### 2.3.1 Perencanaan Strategi Komunikasi

Menurut (Cangara, 2013), perumusan strategi dalam perencanaan komunikasi harus kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who, says what, in which channel, to whom, with what effect*. Oleh karena itu, strategi yang

dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut sebagaimana dipaparkan oleh Hafied Cangara:

**a. Menetapkan Komunikator**

Komunikator merupakan sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Oleh karena itu, jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Komunikator memegang peranan yang sangat penting karena bertindak sebagai ujung tombak suatu program sehingga harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas.

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni sebagai berikut:

1. Kredibilitas atau tingkat kepercayaan orang lain kepada diri komunikator adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran. Menurut Aristoteles, kredibilitas dapat diperoleh jika komunikator memiliki *ethos* (karakter kepribadian yang membuat ucapannya dapat dipercaya), *pathos* (kekuatan mengendalikan emosi pendengarnya), dan *logos* (kekuatan argumentasi). Sedangkan menurut James McCroskey (dalam Cangara, 2013), kredibilitas dapat diperoleh melalui kompetensi (penguasaan komunikator terhadap masalah yang dibahas), sikap (pribadi komunikator apakah tegas atau toleran dalam prinsip), tujuan (maksud pesan yang disampaikan apakah baik atau tidak), kepribadian (pribadi komunikator apakah hangat dan bersahabat), dan dinamika (materi yang disampaikan apakah menarik atau membosankan). Berlo (dalam Cangara, 2013) menambahkan bahwa kredibilitas bisa timbul jika komunikator memiliki keterampilan berkomunikasi (*communications skills*), pengetahuan yang luas tentang materi yang dibawakannya (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya (*social and cultural system*) masyarakat yang dihadapinya.
2. Daya Tarik. Dari berbagai kajian yang pernah dilakukan, ternyata simpati tumbuh karena daya tarik yang ditampilkan seseorang. Daya tarik pada umumnya disebabkan karena cara bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan neces, dan postur tubuh yang gagah. Selain itu, komunikator sedapat mungkin memiliki postur fisik yang sempurna agar lebih mudah menggugah pendapat dan sikap seseorang.
3. Kekuatan (*power*). Kekuatan seorang komunikator ditentukan oleh lima hal, yaitu usia, penampilan, kecerdasan, keterampilan berkomunikasi, dan popularitas.

### **b. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak**

Memahami masyarakat yang menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan untuk memengaruhi mereka, tetapi jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi akan sia-sia.

Di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program, yaitu:

1. Kelompok yang memberi izin, yaitu suatu lembaga atau badan yang membuat peraturan dan memberi izin sebelum suatu program disebarluaskan.
2. Kelompok pendukung, yaitu kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang akan dilaksanakan.
3. Kelompok oposisi, yaitu kelompok yang menentang ide perubahan yang ingin dilakukan.
4. Kelompok evaluasi, yaitu kelompok yang terdiri dari orang-orang yang mengkritisi dan memonitor jalannya suatu program.

Selain itu, ada tiga cara yang bisa digunakan untuk memetakan karakteristik masyarakat, yakni:

1. Aspek sosiodemografik yang mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan, agama, ideologi, etnis, termasuk pemilihan media.
2. Aspek profil psikologis yang mencakup sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat, misalnya temperamen, tenang, sabar, terbuka, emosional, tidak sabar, dendam, antipati, terus terang, tertutup, berani, penakut.
3. Aspek karakteristik perilaku masyarakat yang mencakup kebiasaan-kebiasaan yang dijalani dalam kehidupan suatu masyarakat, misalnya agamais, santun, suka pesta dan mabuk-mabukan, suka menabung, suka protes, tenggang rasa, pelit dan ekonomis, boros, suka menolong, solidaritas tinggi, individual, jujur, tanggung jawab.

### **c. Menyusun Pesan**

Pesan yang disusun sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif, sedangkan jika berbentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat, maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Penyusunan pesan juga harus memperhatikan sifat produk atau program tersebut. Jika sifatnya nyata (*tangible*) dan barangnya bisa dimiliki, maka pesan yang digunakan tidak perlu terlalu banyak sebab setiap anggota masyarakat bisa mengevaluasinya sendiri, tapi jika program yang dipasarkan sifatnya tidak nyata (*intangible*), maka memerlukan penjelasan yang lebih lengkap, mudah

dimengerti, dan menjanjikan manfaat apa yang akan diperoleh setelah menerima program tersebut.

Dalam menyusun pesan, ada dua teknik yang dapat digunakan, yakni sebagai berikut:

1. *One-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu. Artinya, seorang komunikator dalam menyampaikan sesuatu harus memberi tekanan apakah pada kebaikannya atau keburukannya. Teknik penyampaian pesan seperti ini hanya cocok untuk mereka yang kurang berpendidikan sehingga tidak mempunyai alternatif pilihan.
2. *Two-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang tidak hanya mengemukakan hal yang baik-baik, tetapi juga menyampaikan hal-hal yang kurang baik. Komunikator memberi kesempatan kepada khalayak untuk berpikir apakah ada keuntungan jika mereka melaksanakan informasi yang diterimanya. Biasanya teknik seperti ini lebih cocok disampaikan kepada khalayak yang berpendidikan dan bersikap kritis.

Pesan yang disampaikan kepada masyarakat sebaiknya disusun seefektif mungkin agar dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yakni menguasai pesan yang disampaikan termasuk struktur penyusunannya yang sistematis, mampu mengemukakan argumentasi secara logis berdasarkan fakta dan pendapat yang bisa mendukung materi yang disampaikan, memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa serta gerakan-gerakan tubuh yang dapat menarik perhatian pendengar, dan memiliki kemampuan membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan pendengar.

#### **d. Memilih Media dan Saluran Komunikasi**

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Isi pesan adalah kemasam pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan komunitas tertentu. Jika ditujukan untuk masyarakat luas, maka pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa seperti surat kabar atau televisi, sedangkan bagi komunitas tertentu dapat menggunakan media selebaran atau saluran komunikasi kelompok. Selain itu, perlu mengetahui media apa yang paling banyak digunakan masyarakat untuk menghindari terjadinya pemborosan biaya, waktu, dan tenaga.

Media dapat digolongkan menjadi dua jenis, yakni media lama dan media baru. Media lama berupa media cetak, media elektronik, media luar ruangan, media format kecil, saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik, saluran komunikasi antarpribadi, dan saluran komunikasi tradisional. Adapun media baru berupa internet yang di dalamnya ada media sosial, telepon seluler, dan SMS.

Adapun menurut Arifin (2012), ada lima hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu:

### **a. Mengenal Khalayak**

Agar komunikasi dapat berlangsung efektif, maka langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengenal khalayak, apakah khalayaknya aktif atau pasif. Selama proses komunikasi berlangsung, peserta komunikasi dapat bertukar peran untuk saling memengaruhi. Selain itu, dalam berkomunikasi, baik komunikator maupun komunikan memiliki kepentingan yang sama karena komunikasi tidak dapat berlangsung tanpa adanya kepentingan yang sama baik dalam pesan, metode, dan media. Agar kepentingan tersebut dapat tercapai, komunikator harus mengenal khalayak dari aspek:

1. Kondisi kepribadian dan fisik khalayak yang meliputi: (1) pengetahuan khalayak tentang suatu persoalan, (2) kemampuan khalayak dalam menerima pesan melalui media yang digunakan, dan (3) pengetahuan khalayak mengenai perbendaharaan kata yang digunakan.
2. Adanya pengaruh antara kelompok dan masyarakat terkait nilai dan norma yang dianut.
3. Kondisi di mana khalayak itu berada.

### **b. Menyusun Pesan**

Langkah selanjutnya adalah menyusun pesan, dalam hal ini adalah menetapkan tema dan materi pesan. Agar pesan dapat memengaruhi khalayak, maka komunikator harus menciptakan perhatian khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

### **c. Menetapkan Metode**

Menetapkan metode dalam strategi komunikasi perlu memperhatikan konsistensi isi pesan yang selaras dengan keadaan khalayak. Menurut Arifin (2012), metode penyampaian pesan harus memperhatikan dua aspek, yaitu:

1. Menurut cara pelaksanaannya, yaitu secara khusus melihat komunikasi berdasarkan aspek pelaksanaannya dan melepaskan perhatian dari isi suatu pesan. Bentuk pelaksanaannya ada dua, yaitu (1) *redudancy*, adalah strategi memengaruhi khalayak dengan terus mengulang pesan secara bertahap, seperti yang dilakukan dalam propaganda; dan (2) *canalizing*, yaitu strategi menyampaikan pesan dengan menyesuaikan kerangka referensi dan bidang pengalaman komunikan.
2. Menurut bentuk isinya, yaitu secara khusus melihat komunikasi berdasarkan aspek bentuk pernyataan atau bentuk pesan yang ingin disampaikan, seperti (1) informatif, yaitu memberikan informasi berupa fakta, pengetahuan, dan sentimen sebenarnya sehingga khalayak memiliki kesempatan untuk menilai, mengukur, dan membuat keputusan berdasarkan pertimbangan dan pemikiran yang masuk akal; (2) persuasif, yaitu memengaruhi khalayak dengan cara membujuk; (3) *educatif method*, yaitu memberikan ide yang didasari oleh suatu fakta, pendapat, dan pengalaman yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan; dan (4)

*cursive method*, yaitu melalui pemaksaan terhadap pesan yang disampaikan dengan mengandung unsur ancaman.

#### **d. Memilih Media Komunikasi**

Selain mempertimbangkan faktor komunikasi, aspek sosialpsikologis juga harus diperhitungkan karena setiap media memiliki kekurangannya masing-masing. Bentuk media ada tiga, yaitu (1) *the spoken words* yang mencakup bunyi suara saat berbicara langsung, gendang, sirine, alarm, *handphone*, dan radio; (2) *the printed writing* yang mencakup buku, pamflet, surat kabar, brosur, majalah, dan sebagainya; dan (3) *the audiovisual media* yang mencakup media yang dapat ditangkap oleh pancaindra mata dan telinga.

#### **e. Peranan Komunikator**

Peranan komunikator sangat penting dalam strategi komunikasi. Oleh karena itu, pakar komunikasi umumnya sependapat menggunakan pendekatan *AA Procedure* atau *from Attention to Action Procedure* untuk mendorong perhatian yang pada gilirannya akan menggerakkan seseorang melakukan apa yang diinginkan. *AA Procedure* adalah bagian dari proses yang disingkat AIDDA (*attention, interest, desire, decision, action*) yang diawali dengan munculnya perhatian (*attention*), kemudian dari hal tersebut berkembang suatu minat dan ketertarikan (*interest*) sehingga khalayak memiliki keinginan atau hasrat (*desire*) untuk menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator dan mengambil keputusan akhir (*decision*) untuk mempraktikkannya dalam kehidupan nyata (*action*).

## **2.4 Komunikasi Kesehatan**

### **2.4.1 Pengertian Komunikasi Kesehatan**

Komunikasi adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Setiap aspek kehidupan melibatkan komunikasi, termasuk dalam bidang kesehatan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas hidup, penting untuk melibatkan peran ilmu komunikasi, khususnya strategi komunikasi, dalam menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi individu dan kelompok masyarakat agar dapat membuat keputusan yang tepat dalam menjaga kesehatan mereka.

Komunikasi kesehatan adalah proses untuk mengembangkan atau menyebarkan pesan kesehatan kepada audiens tertentu dengan tujuan mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan keyakinan mereka tentang perilaku hidup sehat. Smith, Clift, dan Ratzan (dalam Liliweri, 2007) juga mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai proses pertukaran pengetahuan yang bertujuan meningkatkan kesepakatan, serta mengidentifikasi tindakan-tindakan terkait kesehatan yang bisa dilakukan secara efektif. Melalui dialog ini, informasi kesehatan yang dipertukarkan antara dua pihak bertujuan untuk membangun pemahaman bersama, menciptakan pengetahuan baru yang dapat dibagikan. Oleh karena itu, dasar dari kesepakatan adalah tindakan dan kerja sama. Jadi, dasar dari persetujuan adalah aksi dan kerja sama.

L. Thompson dan Berry Dianne (dalam Mulyana et al., 2018) mengemukakan beberapa bidang yang banyak dikaji dalam komunikasi kesehatan, antara lain: model dan teori sehat dari sudut pandang ilmu sosial, kajian tentang komunikasi pasien dengan profesional kesehatan, komunikasi dalam kelompok-kelompok untuk perlindungan kesehatan atau peduli sehat, informasi kesehatan, promosi kesehatan dan komunikasi publik, serta pelatihan-pelatihan keahlian komunikasi kesehatan.

Komunikasi kesehatan berfokus pada terjadinya transaksi, baik yang berlangsung antar ahli kesehatan, antara ahli kesehatan dengan pasien, dan antara pasien dengan keluarga, yang secara spesifik berhubungan dengan isu-isu kesehatan dan faktor-faktor yang memengaruhi transaksi tersebut.

#### **2.4.2 Promosi Kesehatan**

Promosi kesehatan memiliki peran krusial dalam menyebarkan informasi mengenai kesehatan masyarakat. Informasi yang diberikan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang kesehatan, tetapi juga berfungsi sebagai upaya pencegahan terhadap penyebab penyakit, sehingga masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya kesehatan. Peran praktisi promosi kesehatan adalah untuk mendampingi individu dalam membuat perubahan dalam hidup mereka melalui tindakan yang mereka lakukan sendiri (Laverack, 2020).

Notoatmodjo (dalam Adjunct & Marniati, 2021) mendefinisikan promosi kesehatan adalah usaha untuk mendorong masyarakat agar mau dan mampu menjaga serta meningkatkan kesehatan mereka sendiri. Selain itu, promosi kesehatan juga mencakup upaya yang bersifat promotif (peningkatan) yang merupakan gabungan dari upaya preventif (pencegahan), kuratif (pengobatan), dan rehabilitatif (pemulihan) dalam suatu rangkaian pendekatan kesehatan yang menyeluruh (Kholid, 2015).

Piagam Ottawa 1986 (dalam Laverack, 2020) menetapkan lima bidang tindakan promosi kesehatan untuk mencapai kesehatan yang lebih baik, yaitu (1) membangun kebijakan publik yang sehat, (2) menciptakan lingkungan yang mendukung, (3) memperkuat aksi masyarakat, (4) mengembangkan keterampilan pribadi, dan (5) mengorientasikan kembali layanan kesehatan.

#### **2.4.3 Gizi Seimbang**

Gizi seimbang adalah asupan sehari-hari yang jenis dan jumlah zat gizinya disesuaikan dengan kebutuhan tubuh dengan tetap memperhatikan prinsip keanekaragaman pangan, aktivitas fisik, perilaku hidup bersih dan sehat, dan menjaga berat badan ideal untuk mencegah masalah gizi.

Prinsip gizi seimbang terdiri atas empat pilar yang bertujuan untuk menyeimbangkan antara zat gizi yang keluar dan zat gizi yang masuk. Empat pilar tersebut, yaitu:

1. Konsumsi makanan yang beraneka ragam. Beraneka ragam artinya makanan yang dikonsumsi terdiri atas beberapa jenis pangan dengan

proporsi yang seimbang, dalam jumlah cukup, tidak berlebihan, dan dilakukan secara teratur. Proporsi setiap kelompok pangan disesuaikan dengan kebutuhan yang seharusnya.

2. Pola hidup aktif dan berolahraga. Prinsip ini bertujuan agar terjadi keseimbangan antara zat gizi yang masuk dengan zat gizi yang keluar melalui berbagai aktivitas fisik seperti olahraga.
3. Menerapkan pola hidup bersih dan sehat. Kebiasaan hidup bersih dan sehat akan menghindarkan seseorang dari paparan terhadap sumber penyakit yang dapat memengaruhi status gizi seseorang. Contohnya, mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir sebelum makan dan setelah buang air besar atau kecil.
4. Menjaga berat badan ideal. Berat badan ideal adalah salah satu indikator telah tercapainya keseimbangan gizi. Bagi orang dewasa, berat badan ideal ditandai dengan kesesuaian antara berat badan dengan tinggi badan berdasarkan indikator Indeks Massa Tubuh (IMT). Sementara pada bayi dan balita, indikatornya berdasarkan kesesuaian antara berat badan dengan pertambahan umur yang pemantauannya dilakukan dengan menggunakan Kartu Menuju Sehat (KMS).

#### **2.4.4 Gerakan Aksi Bergizi**

Gerakan Aksi Bergizi merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk meningkatkan kesadaran siswa siswi dalam membiasakan konsumsi TTD (Tablet Tambah Darah), makan makanan dengan menu gizi seimbang, dan aktivitas fisik (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia).

### **2.5 Stunting**

*Stunting* adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan anak akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, yang ditandai dengan panjang atau tinggi badannya berada di bawah standar yang ditetapkan oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kesehatan (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2021). Kekurangan gizi kronis terjadi apabila anak kekurangan gizi dalam jangka waktu lama yang terjadi sejak janin dalam kandungan sampai awal kehidupan anak (1000 HPK).

*Stunting* disebabkan oleh beberapa faktor yang dibagi ke dalam dua kategori, yakni penyebab langsung dan penyebab tidak langsung sebagaimana dijelaskan dalam (Neherta et al., 2023):

#### **a. Penyebab Langsung**

- Konsumsi Zat Gizi/Asupan Zat Gizi

Asupan gizi yang cukup sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan tubuh balita. Kekurangan zat gizi pada balita terjadi akibat pemberian makanan yang tidak memenuhi kebutuhan pertumbuhan tubuh atau adanya ketidakseimbangan antara konsumsi zat gizi dan kebutuhan gizi, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. (Irianto, 2015). Praktik pengasuhan yang tidak optimal, seperti tidak memberikan inisiasi

menyusui dini (IMD), tidak memberikan ASI eksklusif hingga usia 6 bulan, serta tidak memberikan makanan pendamping ASI (MPASI) yang sesuai dengan gizi seimbang hingga usia 24 bulan, dapat meningkatkan risiko terjadinya *stunting* pada anak. (Pakpahan, 2021).

- Infeksi Penyakit

Anak balita yang kekurangan gizi lebih rentan terhadap penyakit infeksi seperti cacingan, infeksi saluran pernapasan atas (ISPA), diare, dan infeksi lainnya. Penyakit infeksi ini dapat menurunkan nafsu makan, menyulitkan proses menelan, serta mencerna makanan. Jika kondisi ini berlangsung lama tanpa didukung asupan gizi yang cukup untuk pemulihan, hal tersebut dapat menyebabkan *stunting*. (Kemenkes RI, 2018).

## **b. Penyebab Tidak Langsung**

- Ketersediaan Pangan di Tingkat Rumah Tangga

Rumah tangga yang mempunyai keluarga besar berisiko mengalami kelaparan 4 kali lebih besar dan mengalami kurang gizi 5 kali lebih besar dibandingkan rumah tangga dengan anggota keluarga yang sedikit.

- Sosial Ekonomi

Status ekonomi yang rendah dianggap memiliki dampak yang signifikan terhadap kejadian *stunting*. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa ada hubungan antara sosial ekonomi dengan terjadinya *stunting*, salah satunya menurut Rosiyati *et al* (2019) mengemukakan bahwa sosial ekonomi merupakan salah satu faktor yang memengaruhi *stunting* di beberapa negara di Asia Tenggara.

- Tingkat Pendidikan

Pendidikan ibu yang rendah dapat memengaruhi pola asuh dan perawatan anak, serta pemilihan dan cara penyajian makanan yang akan dikonsumsi oleh anaknya. Ibu yang berpendidikan rendah akan sulit menyerap informasi gizi dalam hal penyediaan menu makan yang tepat untuk balita sehingga anak dapat berisiko mengalami *stunting* (Kementerian PPN/Bappenas 2018 dalam Pakpahan, 2021).

- Asuhan Ibu dan Anak/Pola Asuh

Pola asuh yang diterapkan orang tua dapat berpengaruh terhadap terjadinya *stunting*. Pola asuh yang otoriter, permisif, atau pengabaian dapat membuat anak-anak tidak memiliki pilihan makanan lain karena sudah ditentukan sebelumnya, atau sebaliknya anak memakan apapun dengan bebas tanpa ada pengawasan dari orang tua sehingga tidak terpantau apakah makanan yang dikonsumsi memiliki gizi yang cukup atau tidak.

- Air Minum/Sanitasi Lingkungan

Sanitasi dan suplai air bersih yang tidak mencukupi merupakan faktor yang menyebabkan terjadinya *stunting* pada anak. Faktor lingkungan rumah/sanitasi yang buruk dapat meningkatkan kejadian *stunting* dan penyakit infeksi yang dapat membuat energi untuk pertumbuhan teralihkan kepada perlawanan tubuh terhadap infeksi, zat gizi sulit diserap oleh tubuh dan terhambatnya pertumbuhan (Pakpahan, 2021).