



Peran Humas Pemerintah Kota Jakarta Timur dalam Kampanye Program Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan “GEMARIKAN”

Vivi Alayda Rahmat^{1*}, Dewi Suryaningsih², Salsabila³,
Nur Hamidah⁴, Widya Maulya⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Ciputat, Tangerang

Korespondensi penulis: vivialaydarahmat@gmail.com

Abstract. *In an effort to improve early nutrition, the Indonesian government has introduced the "Movement to Promote Fish Consumption" (GEMARIKAN) program, aimed at increasing fish consumption among the public. This program is expected to educate the community on the importance of consuming fish as a source of protein and to raise awareness of the health benefits associated with eating fish. This study aims to explore in depth the role of the East Jakarta government's public relations in campaigning for the GEMARIKAN program. The research employs a qualitative method with a library research approach. The reason for conducting this study is to understand the role of government public relations in promoting the GEMARIKAN program. As part of efforts to reduce stunting rates, the East Jakarta City Administration is actively promoting the GEMARIKAN 2024 campaign among elementary school children in East Jakarta public schools. And the results obtained were that the role of government public relations in the Gemarikan campaign in East Jakarta had gone quite well, even though the implementation was not optimal, through two approaches, namely a persuasive and educative approach and a collaborative approach.*

Keywords: *Government Public Relations, Gemarikan Campaign, The Role Of Government Public Relations*

Abstrak Dalam upaya meningkatkan gizi sejak dini, pemerintah Indonesia menghadirkan program Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) dengan tujuan meningkatkan konsumsi ikan di kalangan masyarakat. Adanya program ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya konsumsi ikan sebagai sumber protein dan untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat kesehatan yang dapat diperoleh dari makan ikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peran humas pemerintah Jakarta Timur dalam mengkampanyekan program Gemarikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan penelitian library research. Alasan mengambil penelitian ini untuk memahami peran humas pemerintah dalam mengkampanyekan program gemarikan. Dalam upaya menurunkan angka stunting, Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur menggalakkan Sosialisasi Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) 2024 pada anak-anak di SD Negeri Jakarta Timur. Dan didapatkan hasil bahwa peranan humas pemerintah dalam kampanye Gemarikan di Jakarta Timur sudah berjalan dengan cukup baik, walaupun pelaksanaannya belum maksimal, melalui dua pendekatan yaitu pendekatan persuasif dan edukatif serta pendekatan kerjasama.

Kata Kunci: Humas Pemerintah, Kampanye Gemarikan, Peran Humas Pemerintah.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia dikenal sebagai negara maritim, yaitu sebuah negara kepulauan yang dikenal dengan kekayaan laut yang sangat melimpah dan memiliki potensi dalam sektor perikanan yang sangat besar. Bahkan potensi sumber daya pada sektor perikanan ini menjadi salah satu nilai penting dalam menggerakkan perekonomian negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Namun, meskipun Indonesia memiliki potensi besar dalam sumber daya ikan, potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal dengan dilihat dari tingkat konsumsi ikan di Indonesia masih terbelang rendah

jika dibandingkan dengan negara-negara lain yang memiliki kebiasaan mengkonsumsi ikan dengan jumlah yang tinggi. Bahkan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) mencatat angka konsumsi ikan di Indonesia hingga Oktober 2023 mencapai 58,48 kilogram per kapita, dan target KKP sendiri yaitu angka konsumsi ikan di Indonesia mencapai 60 kilogram per kapita pada tahun 2023.

Kurangnya pemanfaatan sumber daya perikanan di Indonesia sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penyebab, yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat mengkonsumsi ikan, masyarakat yang memiliki kebiasaan untuk mengkonsumsi sumber protein lain seperti daging ayam atau sapi dan rendahnya suplai ikan segar terutama ke daerah-daerah pedalaman. Bahkan menurut Sulistiyo dalam (Andrianto, 2020) berpendapat terdapat beberapa faktor penyebab potensi sektor perikanan belum termanfaatkan dengan baik yaitu, belum optimalnya pemberdayaan potensi kelautan dan perikanan, ketergantungan dengan musim, teknologi penangkapan dan pengolahan yang masih terbatas, dan rendahnya tingkat relatif konsumsi ikan masyarakat.

Rendahnya tingkat konsumsi ikan di Indonesia ini dapat berdampak pada kurangnya gizi masyarakat Indonesia. Dimana gizi sendiri merupakan unsur yang penting dalam tubuh yang harus terpenuhi sejak kita masih berada di masa anak-anak, karena gizi penting bagi pertumbuhan badan dan penting juga untuk perkembangan otak. Maka dari itu, tubuh membutuhkan gizi yang baik agar tubuh menjadi sehat dan dapat melakukan aktivitas seperti biasa. Ikan bisa kita jadikan sebagai salah satu sumber gizi bagi tubuh kita. Ikan dikenal sebagai sumber protein yang tinggi dimana terkandung berbagai macam nutrisi seperti omega 3 dan 6, vitamin D, dan mineral di dalamnya yang berguna untuk kesehatan jantung, otak, dan sistem kekebalan tubuh.

Dalam upaya meningkatkan gizi sejak dini, pemerintah Indonesia menghadirkan program Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) dengan tujuan meningkatkan konsumsi ikan dikalangan masyarakat. Adanya program ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya konsumsi ikan sebagai sumber protein dan untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat kesehatan yang dapat diperoleh dari makan ikan. Kegiatan kampanye gemarikan ini tidak hanya berfokus pada pendistribusian ikan secara merata namun program ini juga mengharapkan terjadinya perubahan positif dalam pola makan masyarakat. Dan upaya untuk mendukung program gemarikan, peran humas pemerintah daerah sangatlah penting. Humas pemerintah daerah memiliki peran dalam mengkampanyekan program ini dengan memanfaatkan berbagai

saluran komunikasi dalam menyebarkan informasi dan mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya konsumsi ikan dan merancang event atau kegiatan langsung dengan melibatkan masyarakat. Dimana dengan pendekatan yang kreatif dan komunikatif, humas diharapkan dapat membangun kesadaran masyarakat mengenai manfaat konsumsi ikan dan meningkatkan minat masyarakat dalam program ini. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa humas pemerintah tidak hanya bertugas sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat tetapi juga berperan dalam merancang strategi kampanye yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat.

Dalam rangka memahami peran humas pemerintah dalam mengkampanyekan program gemarikan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat menambah wawasan yang relevan atas kasus ini. Penelitian yang mengeksplorasi mengenai peran humas pemerintah dalam judul “Peranan Humas Pemerintah Kota Samarinda dalam Mengkampanyekan Program Kaltim Green” penelitian ini menyoroti peranan dan pendekatan humas pemerintah kota Samarinda dalam mengkampanyekan program pemerintah yaitu Kaltim Green. Selain itu terdapat pula penelitian dengan judul “Program Kampanye Humas Puskesmas Kecamatan Palmerah Dalam Upaya Preventif Bahaya Campak Dan Rubella Di Masyarakat” penelitian ini berfokus pada bagaimana humas dalam mengkampanyekan program upaya preventif bahaya campak dan rubella di masyarakat.

Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peran humas pemerintah Jakarta Timur dalam mengkampanyekan program Gemarikan. Dan penelitian ini juga akan meneliti lebih dalam mengenai strategi komunikasi yang digunakan dan pendekatan peranan humas pemerintah tersebut dalam mengkampanyekan suatu program.

2. KAJIAN TEORITIS

Public Relations

Publik merupakan sekumpulan individu yang menaruh perhatian pada suatu hal yang sama ataupun minat dan kepentingan yang sama (Silviana, 2020). Menurut Emery Bogardus dalam (Nurtjahjani, 2018) publik merupakan sekumpulan orang yang bersatu dengan suatu ikatan, dan memiliki pendirian yang sama terhadap suatu isu atau masalah sosial. Sementara dalam bahasa Inggris relations artinya ialah hubungan. Menurut Hermawan dalam (Armayanti, 2022), public relations merupakan fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan di seluruh organisasi untuk mendapatkan simpati,

pengertian, dan dukungan. Public relations bertugas memberi informasi, mendidik, membujuk, memenangkan hati masyarakat, dan membuat mereka menerima suatu kondisi. Menciptakan program untuk mengambil tindakan yang disengaja dan terencana merupakan antisipasi dari public relations, yang secara operasional dipercaya untuk menciptakan lingkungan yang positif antara organisasi dan audiensnya. Hal ini juga dikonfirmasi oleh Glenn dan Denny Griswold dalam (Nurtjahjani, 2018) yang berpendapat bahwa public relations merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi opini publik, menyajikan kebijakan dan prosedur individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk mendapatkan pengertian dan pengakuan publik.

Mengenai konsep fungsional Humas Scott, Cultip dan Center (Effendy, 2010) memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari public-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan dengan ragam kebutuhan organisasi dan pandangan public-publik tersebut.
2. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh public;
3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijakan dan operasionalisasi organisasi.

Berdasarkan sudut pandang di atas, peran utama humas adalah mengendalikan arus informasi baik internal maupun eksternal dengan menyebarkan informasi seluas-luasnya.

Humas Pemerintah

Menurut (Suprawoto, 2018) humas pemerintah atau dapat disebut dengan government public relations merupakan sebuah penggabungan dari dua kata, kata pertama yaitu hubungan masyarakat (public relations) dan pemerintah (government) Humas pemerintah juga dapat diartikan sebagai salah satu bagian dari spesialis humas yang bertugas untuk menjalankan fungsi manajemen guna untuk membangun dan mempertahankan hubungan dalam memperoleh kepercayaan, pengertian, serta dukungan dari public dalam rangka melayani public dan mempengaruhi kebijakan public. Humas pemerintah merupakan bagian dari Public Relations pemerintah yang berfokus pada pengembangan hubungan strategis antara pihak pemerintah dan masyarakat. Fokus utamanya adalah untuk meningkatkan tingkat komunikasi, keterlibatan, dan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah (Grunig, 1984).

Humas pemerintah memiliki peranan penting yaitu dalam memberikan informasi kepada masyarakat, atau pesan-pesan harus disesuaikan dengan tujuan dan kebijaksanaan dari instansi atau lembaga kepada masyarakat sebagai sasaran utama, sementara penting untuk merespons reaksi, aspirasi, atau pendapat masyarakat tersebut dengan sebaik mungkin. Mengutamakan kepentingan instansi atau mencapai tujuan bersama (Ruslan, 2016).

Peran Humas Pemerintah

Menurut Ruslan dalam (Hartati, 2013), menyatakan peran taktis humas pemerintah, menyangkut beberapa hal, antara lain:

1. Tugas taktis jangka pendek Hubungan Masyarakat bertujuan untuk menyebarkan informasi dan pesan kepada masyarakat umum, dengan khalayak tertentu sebagai sasarannya. Kapasitas untuk terlibat dalam komunikasi timbal balik, menginspirasi dan mempengaruhi opini publik dengan berupaya menyelaraskan pandangan dan tujuan organisasi atau lembaga yang diwakilinya
2. Tanggung jawab strategis (jangka panjang) humas antara lain berpartisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan (decision-making strategy), menawarkan ide dan saran, bahkan menemukan cara-cara yang inovatif dan inventif untuk menciptakan program kerja.

Dalam menjalankan perannya, humas melakukan beberapa aspek pendekatan di berbagai strategi, yaitu sebagai berikut:

1. Pendekatan persuasif dan edukatif

Fungsi humas ini ialah menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan melalui pendekatan yang persuasif, agar terciptanya pengertian, pemahaman dan sebagainya.

2. Pendekatan kerjasama

Dalam arti sempit humas hanya mewakili lembaga atau institusinya, namun dengan pendekatan kerjasama ini untuk memperluas peran humas dimasyarakat. Peran humas lebih luas yaitu berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, mewujudkan ketahanan nasional dibidang politik, ekonomi, sosial budaya.

Kampanye Public Relations

Kampanye humas bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran untuk menciptakan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari sebuah lembaga atau organisasi sehingga tercipta citra yang baik dengan

jangka waktu tertentu dan melalui penyampaian pesan secara intensif. Menurut Ruslan dalam (Hartati, 2013) Kampanye humas dalam arti luas yaitu memberikan penerangan secara terus menerus serta pengertian dan motivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan dengan teknik komunikasi yang terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif.

Kampanye humas sendiri memiliki beberapa tujuan. Berikut ini ialah beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam sebuah kampanye ialah:

1. Bagaimana mengubah sikap
2. Mengubah opini
3. Mengubah perilaku

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan penelitian library research. Library reseacrh atau yang sering disebut juga dengan studi kepustakaan ialah sebuah studi yang digunakan untuk mengumpulkan segala informasi dan data yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti (Mirzakon, 2005). Studi kepustakaan juga merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang bersumber dari hasil telaah berbagai buku, literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang relevan dengan topik masalah yang akan dipecahkan (Irawan, 2022).

Dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumentasi data-data yang relevan dari berbagai artikel ilmiah, jurnal, buku, dan media internet. Dalam pengumpulan data, terdapat dua sumber penelitian yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer dari penelitian ini ialah segala dokumen yang berisi ilmu pengetahuan dan fakta seperti buku, jurnal, dan lainnya. Sedangkan sumber sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen yang berisi informasi yang menjadi bahas pustaka seperti bahan referensi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya menurunkan angka stunting, Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur menggalakkan Sosialisasi Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) 2024 pada anak-anak di SD Negeri Jakarta Timur. Pemerintah Kota berkomitmen untuk menurunkan angka stunting dengan mengadakan kampanye Gemarikan ini. Kegiatan

kampanye ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang manfaat dari mengkonsumsi ikan karena terdapat kandungan gizi pada ikan yang sangat penting untuk kecerdasan otak dan pertumbuhan, sehingga kampanye ini dapat menyadarkan pentingnya gizi sejak usia dini. Gerakan ini juga diharapkan dapat menjadi kebiasaan makan ikan sebagai menu protein terbaik dalam sehari-hari. Budaya makan ikan ini memerlukan keterlibatan semua, termasuk para guru dan pihak-pihak sekolah. Tujuan dari kegiatan Gemarikan adalah untuk menjadikan generasi bangsa yang sehat, cerdas, dan kuat. Dengan budaya makan ikan sejak dini, maka dapat terbentuk generasi bangsa yang berkualitas.

Pendekatan Persuasif Dan Edukatif

1. Publikasi melalui internet

Humas pemkot Jakarta Timur mempunyai website <https://timur.jakarta.go.id> yang terdapat pemberitaan program-program yang dilaksanakan oleh humas pemkot Jakarta Timur. Seluruh lapisan masyarakat di Jakarta Timur menjadi sasaran utama dari pemberitaan di website ini. Dimana tujuan website ini memberikan masyarakat Jakarta Timur akses cepat dan mudah terhadap informasi program Gemarikan. Dengan menggunakan media ini sangat efektif untuk menjangkau masyarakat khususnya generasi muda, namun kurang berhasil bila digunakan pada mereka yang kurang memahami dasar internet.

Website memiliki keuntungan karena mudah dijangkau bagi semua orang yang ingin mencari informasi dan website memberikan keuntungan yaitu dimana situs ini bisa berada diakses dimana saja dan kapan saja. Website dipilih sebagai media menyebarkan informasi karena dilihat dari kelebihanannya yaitu pengguna memerlukan media online yang memudahkan dalam mencari informasi.

Humas pemkot Jakarta Timur juga memanfaatkan sosial media instagram untuk mempublikasikan kegiatan kampanye Gemarikan. Instagram dapat menjangkau berbagai kalangan, terutama para generasi muda yang aktif di media sosial. Humas pemkot Jakarta Timur membagikan foto dokumentasi aktivitas kampanye yang diselenggarakan di SDN Negeri Cakung Barat 08 Pagi. Humas pemkot Jakarta Timur pun dapat berinteraksi langsung melalui kolom komentar dengan masyarakat untuk menjawab pertanyaan ataupun mendapatkan feedback mengenai program Gemarikan. Dengan instagram, informasi kampanye yang bagikan memungkinkan tersebar dengan cepat dan juga luas. Dengan pemanfaatan Instagram yang maksimal, humas

pemkot Jakarta Timur dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengkonsumsi ikan dan makanan bergizi lainnya untuk kesehatan.

2. Sosialisasi secara langsung

Kegiatan kampanye yang dilaksanakan oleh humas pemkot Jakarta Timur berisi aktivitas komunikasi dan edukasi yang bertujuan untuk menyadarkan para peserta kampanye mengenai pentingnya mengkonsumsi ikan yang penuh gizi sejak usia dini. Hal yang dilakukan ialah dengan menyelenggarakan kegiatan sosialisasi secara langsung di berbagai SD Negeri di Jakarta Timur, salah satunya sosialisasi yang dilakukan di kecamatan Makasar, Jakarta Timur.

Sebelum acara dimulai, para peserta diberikan goody bag yang berisikan buku, pulpen, kaos, dan makanan dari olahan ikan seperti nugget ikan, bakso ikan, siomay ikan, ebi furai, serta ebi katsu. Pada kegiatan ini para peserta diberikan edukasi tentang pentingnya mengkonsumsi ikan. Para peserta diberikan dongeng oleh seniman profesional. Program Gemarikan ini dihadiri oleh sejumlah pejabat, diantaranya Camat Makasar Kamal Alatas, para lurah di Kecamatan Halim dan jajaran istri pejabat di lingkungan Koops AU (Komando Operasi Angkatan Udara) Halim Perdanakusuma, dan Lanud Halim Perdanakusuma. Dengan menyelenggarakan sosialisasi ini, diharapkan para peserta lebih senang dalam mengkonsumsi ikan.



Gambar 1

Pendekatan Kerjasama

Salah satu strategi yang dilakukan untuk mensukseskan program Pemkot Jakarta Timur ialah pendekatan kerjasama dengan beberapa instansi dan beberapa perusahaan. Pendekatan kerjasama yaitu pendekatan yang dilakukan untuk bekerjasama dengan pihak-pihak terkait guna mencapai tujuan program yang dilaksanakan. Kerjasama yang dilakukan oleh humas pemkot Jakarta Timur adalah bekerjasama dengan Dinas

Ketahanan Pangan, Kelautan, dan Pertanian (KPKP). Tugas Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan, dan Pertanian membantu distribusi ikan ataupun olahan ikan kepada peserta kampanye untuk mendorong konsumsi secara langsung dan berkolaborasi dengan sekolah dasar untuk memastikan keterlibatan siswa dalam kampanye.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa peranan humas pemerintah dalam kampanye Gemarikan di Jakarta Timur sudah berjalan dengan cukup baik, walaupun pelaksanaannya belum maksimal. Humas pemerintah kota Jakarta Timur, menggunakan dua pendekatan dalam melakukan program kampanye Gemarikan yaitu pendekatan persuasif dan edukatif, serta pendekatan kerjasama. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, pemberian informasi, dan meningkatkan pengetahuan. Pada program ini dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu pendekatan persuasif dan edukatif, serta pendekatan kerjasama. Pendekatan edukatif dan persuasif dilakukan dengan menggunakan media internet dan sosialisasi secara langsung. Untuk media internet menggunakan website yang berisi berita program-program yang dilaksanakan oleh humas Kota Jakarta Timur. Terdapat juga menggunakan media sosial instagram, berisikan publikasi kegiatan kampanye Gemarikan.

Media internet ini efektif dari segi sasaran yang dituju. Sementara, pendekatan kedua adalah pendekatan kerjasama yang dimana humas bekerjasama dengan beberapa instansi untuk penyediaan ikan untuk melaksanakan kegiatan kampanye Gemarikan. Dengan adanya program Gemarikan diharapkan adanya kesadaran dan perubahan sikap masyarakat terhadap kesehatan gizi.

Dalam melaksanakan kampanye Gemarikan, terdapat beberapa faktor yang dapat mensukseskan kegiatan kampanye Gemarikan. Adapun faktor-faktor pendukungnya yaitu komunikasi internal humas yang solid, kerjasama yang dilakukan dengan dinas-dinas terkait, serta adanya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan. Sementara, hambatan yang dihadapi ialah komunikasi yang terjalin antara humas dan masyarakat sehingga masyarakat kurang mengetahui program Gemarikan.

Saran

Dalam melaksanakan program kampanye Gemarikan yang dilakukan oleh humas Kota Jakarta Timur dijalankan dengan cukup baik sesuai dengan kebijakan pemerintah.

Namun, agar pelaksanaan program yang dijalankan dapat bermutu lagi, maka terdapat beberapa saran, diantaranya:

1. Meningkatkan kolaborasi, Humas Pemerintah Jakarta Timur perlu memperluas jangkauan kerjasama dengan lebih banyak lembaga, organisasi, dan sektor swasta untuk memperkuat keberlanjutan program Gemarikan. Misalnya, melibatkan industri perikanan lokal dalam mendukung distribusi ikan atau olahan ikan ke sekolah-sekolah.
2. Penguatan kampanye digital, mengingat tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat, terutama generasi muda, Humas Pemerintah Jakarta Timur disarankan untuk terus meningkatkan kreativitas dan keterlibatan dalam platform digital. Mengoptimalkan Instagram dan platform lainnya dengan konten yang lebih interaktif, seperti kuis atau challenge bertema makan ikan, bisa menjadi cara efektif untuk menarik minat lebih banyak masyarakat.
3. Melakukan evaluasi, pemerintah Jakarta Timur perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas kampanye Gemarikan. Hal ini penting untuk mengukur sejauh mana program ini berhasil dalam merubah pola makan dan meningkatkan konsumsi ikan di kalangan masyarakat, serta menurunkan angka stunting.
4. Perluasan program ke daerah pedalaman, kampanye Gemarikan perlu diperluas ke daerah-daerah yang memiliki keterbatasan dalam akses ke ikan segar, terutama daerah pedalaman. Pemerintah dapat mempertimbangkan distribusi ikan beku atau olahan ikan yang lebih tahan lama ke daerah-daerah tersebut sebagai upaya menjangkau masyarakat yang lebih luas

6. DAFTAR REFERENSI

- Andrianto, M. N. (2020). Pengaruh program makan ikan "GEMARIKAN" terhadap minat konsumsi ikan masyarakat (Studi kasus Dusun Karangnom, Wonokromo, Pleret, Kabupaten Bantul). *Jurnal Riset Daerah*.
- Armayanti, N. P. (2022). *Public relation*. Merdeka Kreasi Group.
- Effendy, O. U. (2010). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Grunig, J. E. (1984). *Managing public relations*.
- Hartati, W. (2013). Peranan humas Pemerintah Kota Samarinda dalam mengkampanyekan program Kaltim Green. *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Irawan, D. M. (2022). Peran pendidikan agama Islam dalam membentuk kepribadian yang mulia. *SYMFONIA: Jurnal Universitas Agama Islam*.

- Lani, O. P. (2021). Peranan humas pemerintah (government public relations) menciptakan reputasi pemerintah yang baik. Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Mirzakon, A. (2005). Library research of the basic theory and practice of expressive writing counseling. Jurnal Universitas Negeri Surabaya.
- Nurtjahjani, F. (2018). Public relation, citra dan praktek: Public relation, citra dan praktek. UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.
- Ruslan, R. (2016). Manajemen public relations dan media komunikasi konsep dan aplikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Silviana, I. (2020). Public relations sebagai solusi komunikasi krisis. Scopindo Media Pustaka.
- Suprawoto. (2018). Government public relations. Jakarta: Kencana Prenada Media.