

Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Upaya Pencegahan Stunting

Shafira Azahra

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Hana Hana

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Ninuk Arifiyani

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Alamat: Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec.
Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

Korespondensi penulis: Shafiraazahra0@gmail.com

Abstract

Based on data from the Indonesian Ministry of State Secretariat, the prevalence of stunting in Indonesia in 2020 is expected to fall to 26.92%. The decrease in stunting rates is predicted to be 0.75% compared to 2019 (27.67%). The government's efforts in encouraging the acceleration of stunting decline in Indonesia produced quite good results. The government conducts efforts to combat stunting by providing education and understanding of the dangers of stunting that can affect the quality of human resources later. This type of research uses literature study techniques obtained from references such as journals, books, and other written sources. The technique of data collection in this study is to use literature studies conducted by researchers to collect, dig, and collect valid, complete, and relavan data and information related to the topic of the problem to be used as the object of the study. Thus the results of research that has been analyzed as a whole that the government communication strategy runs well using strategic methods of communication with 4 main focuses, namely: recognize the target of communication, the selection of communication media, the assessment of the purpose of the message, and the role of the communicator with the communicant.

Keywords: *Stunting, Communication, Nutrition, Government*

Abstrak.

Berdasarkan Data dari Kementerian Sekretariat Negara RI angka prevalensi stunting di Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan turun menjadi 26,92%. Penurunan angka *stunting* diprediksi sebesar 0,75% dibandingkan dengan tahun 2019 (27,67%). Usaha pemerintah dalam mendorong percepatan penurunan *stunting* di Indonesia membuahkan hasil yang cukup baik. Pemerintah melakukan upaya penanggulangan *stunting* dengan cara memberikan edukasi dan pemahaman akan bahaya stunting yang dapat berpengaruh pada kualitas SDM nantinya. Jenis penelitian ini menggunakan teknik studi literature yang diperoleh dari referensi seperti jurnal, buku, dan sumber tertulis lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan studi literature atau kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun, menggali, dan mengumpulkan data serta informasi yang valid, lengkap, dan relavan terkait topik

Received Desember 30, 2022; Revised Januari 15, 2023; Accepted Februari 12, 2023

* Shafira Azahra, Shafiraazahra0@gmail.com

masalah yang akan dijadikan objek penelitian. Dengan demikian hasil penelitian yang telah peneliti analisis secara keseluruhan bahwa agar strategi komunikasi pemerintah berjalan dengan baik menggunakan metode strategis komunikasi dengan 4 fokus utama yaitu: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan, dan peran komunikator dengan komunikan.

Kata kunci: *Stunting*, komunikasi, Gizi, Pemerintah

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara berkembang dengan indeks Kesehatan yang rendah. Penyebab rendahnya indeks Kesehatan yaitu kurangnya pengetahuan atau Pendidikan serta pencegahan Kesehatan dan kesadaran tentang menjaga lingkungan dari berbagai penyakit. Salah satu penyakit yang ditimbulkan adalah kekurangan gizi dalam menjaga pola makan atau yang biasa disebut stunting.

Menurut Kementerian Kesehatan RI, stunting adalah kekurangan gizi pada bayi pada masa 1000 hari pertama kehidupan yang berlangsung lama dan menyebabkan keterlambatan perkembangan otak dan anak. Akibat penyakit ini, gizi bayi memburuk dari tahun ke tahun, menyebabkan anak tumbuh lebih pendek (lebih pendek) dari standar tinggi badan anak biasanya.

Anak yang menderita stunting umumnya lebih rentan terhadap segala penyakit dan berisiko terkena penyakit degeneratif (perubahan sel tubuh yang pada akhirnya mempengaruhi fungsi organ tubuh secara keseluruhan) saat menginjak usia dewasa. Selain berdampak pada kondisi anak, stunting juga dapat berdampak pada masa depan anak, terutama anak usia dini, karena stunting memiliki dampak jangka panjang seperti penurunan kemampuan kognitif, perkembangan fisik, kesehatan yang buruk, dan reproduksi anak yang tertunda.

Berdasarkan data Survei Kesehatan Dasar Kementerian Kesehatan (Riskesdas) 2019, jumlah anak usia dini di Indonesia adalah 23 juta. Di mana, 6,3 juta anak di bawah usia 5 tahun menderita stunting. Berdasarkan Survei Indonesia tentang Status Gizi Balita (SSGBI) Tahun 2019, prevalensi stunting di Indonesia masih tergolong tinggi yaitu sebesar 27,67%, masih jauh dari nilai standar WHO. Indonesia masih menduduki posisi 4 di peringkat dunia.

Selain itu, data Survei Status Gizi (PSG) beberapa tahun terakhir menunjukkan prevalensi penjelasan sederhana paling tinggi dibandingkan dengan masalah gizi lainnya seperti gizi buruk, kurus dan obesitas. Prevalensi bayi kecil meningkat sebesar 27,5% pada tahun 2016-2018 menjadi angka 29,6% pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2018 prevalensi anak kecil kembali meningkat sebesar 30,80%. Prevalensi stunting menurun sebesar 27,67% pada tahun 2019, hal ini berarti sekitar satu dari empat anak balita (di atas 8 juta) di Indonesia mengalami stunting. Dibandingkan ambang batas 20% yang ditetapkan WHO, angka ini masih terbilang cukup sangat tinggi.

Pemerintah mengambil kebijakan pencegahan anak yaitu sesuai dengan Perpres No. 42 Tahun 2013 tentang Gerakan Nasional Percepatan Perbaikan Gizi Khususnya pada 1000 Hari Pertama Kehidupan (HPK). Pada tahun 2019, pemerintah menetapkan 160 kabupaten/kota lebih dari 1.600 desa sebagai daerah prioritas pelayanan primer. Artinya, pemerintah berupaya melakukan sejumlah upaya untuk mencegah penurunan tersebut, yang pertama adalah memperbaiki pola makan warga melalui Manfaat Makanan Tambahan (PMT). meningkatkan nilai gizi anak.

Salah satu penyebab tingginya angka pertumbuhan di Indonesia adalah kurangnya pengetahuan dan pendidikan masyarakat tentang stunting. Padahal, masyarakat masih menganggap masalah gizi anak hanya karena di tandai kondisi fisiknya. Masalah tipis ini dapat ditangani melalui makanan yang layak.

Tindakan pencegahan perlambatan harus dilaksanakan melalui pendekatan multidisiplin, terpadu dan terpusat. Itulah sebabnya pemerintah ini harus mengamankan semua kementerian utama, mitra pembangunan, akademi, asosiasi profesional, asosiasi sipil, dan banyak lainnya. Hal ini juga terkait erat dengan upaya Indonesia mencegah terjadinya stunting. Konsolidasi dan konvergensi harus dilakukan tidak hanya di tingkat pusat tetapi juga di tingkat daerah sampai ke tingkat desa.

Perpres 2010 pasal 62 ayat (2) dan ayat (1) menyebutkan bahwa tugas BKKBN ini adalah memenuhi tugas pemerintah dalam pengelolaan dan penyelenggaraan KB. BKKBN melapor kepada presiden dan bertanggung jawab penuh kepadanya melalui menteri yang membidangi kesehatan. BKKBN membantu mencegah stunting dengan mengoptimalkan perawatan bayi berusia 1000 hari (HPK). Diharapkan program ini dapat mengatasi stunting dan menyediakan perumahan bagi masyarakat khususnya masyarakat pedesaan.

Untuk semua proses dan pihak yang bertanggung jawab langsung dalam pelaksanaannya, tentunya ada beberapa strategi komunikasi yang secara khusus dibutuhkan untuk mensukseskan program ini, dengan harapan masalah stunting dapat diatasi.

Dalam rangka penurunan angka stunting, BKKBN melaksanakan program atau kebijakan untuk menurunkan angka stunting. Program atau kebijakan ini kemudian disosialisasikan melalui strategi komunikasi untuk masyarakat sangat membutuhkan strategi tersebut. Karena berhasil tidaknya suatu program atau kebijakan sangat tergantung pada komunikasi itu sendiri.

Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa strategi komunikasi adalah cara yang berfungsi sebagai pedoman untuk merencanakan dan mengelola komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan seberapa efektif kerjanya, taktik yang harus diterapkan dalam arti bahwa pendekatan ini dapat berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan keadaan tersebut.

Ini merupakan salah satu strategi komunikasi yang digunakan untuk program pengoptimalan 1000 HPK sebagai pencegahan program stunting. Program ini akan terus berlanjut selama program tersebut dapat membangkitkan minat masyarakat untuk membantu pihak-pihak yang terkait dengan pencegahan gizi buruk di Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

Strategi adalah rencana untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan, strategi juga perlu menunjukkan bagaimana menjalankan operasi yang diperlukan untuk mencapainya. Misalnya, strategi komunikasi adalah panduan untuk merencanakan dan mengelola komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan, strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana taktik yang berbeda harus digunakan dalam situasi yang berbeda.

Menurut Effendy, 2003: 301 Strategi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut; strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.

Komunikasi adalah cara berbagi ide, pikiran, dan perasaan dengan orang lain. Itu terjadi dalam konteks yang berbeda, seperti komunikasi pribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Komunikasi juga terjadi di berbagai bidang, seperti komunikasi korporat, komunikasi tradisional, komunikasi lingkungan, komunikasi politik, komunikasi pendidikan, komunikasi sosial, komunikasi organisasi, komunikasi bisnis, komunikasi pemasaran, komunikasi pembangunan, komunikasi terapeutik dalam keperawatan, komunikasi antar budaya, komunikasi lintas budaya, komunikasi lintas budaya. komunikasi budaya. Proses komunikasi dalam konteks dan bidang yang berbeda tidak terjadi begitu saja – melibatkan banyak pilihan, termasuk apa yang harus dikatakan dan bagaimana mengatakannya, saluran komunikasi mana yang akan digunakan, karakteristik komunikator dan audiens, serta situasi.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi strategi dimaksudkan 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 yang terbaik untuk memerangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mengerjakannya. (Hafied,2013: 60).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dimana menggunakan data kualitatif dan dideskripsikan secara deskriptif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari referensi seperti jurnal, buku dan sumber tertulis lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penggunaan teknik investigasi dokumenter yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan, menyelidiki dan mengumpulkan informasi faktual, lengkap dan relevan terkait dengan topik masalah, subjek yang diteliti.

Teknik analisis data menggunakan teknik analisis penelitian dokumen, dimana penelitian ini dilakukan dengan membaca sumber-sumber pustaka untuk mendapatkan data yang dibutuhkan secara bertahap (Nazir, 2014) dan (Arikunto, 2014).2013),

meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membaca segala keterangan yang ada dalam penelitian apakah tersedia keterangan-keterangan sesuai dengan latar belakang permasalahan penelitian (Nazir,2014).
2. Mengutip informasi yang ada pada bacaan tersebut dapat berupa kutotasi (mengutip secara langsung), paraphrase (menggunakan kata-kata sendiri) (Nazir, 2014) dan menuliskan hasil kajian ke dalam kartu yang telah disediakan (Arikunto, 2013).
3. Mencatat hal-hal penting dengan melihat dahulu, mana yang penting dengan juga mempelajari indeks di halaman belakang buku untuk mencari halaman yang berkenaan dengan yang dicatat dalam kartu yang disediakan (Nazir, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

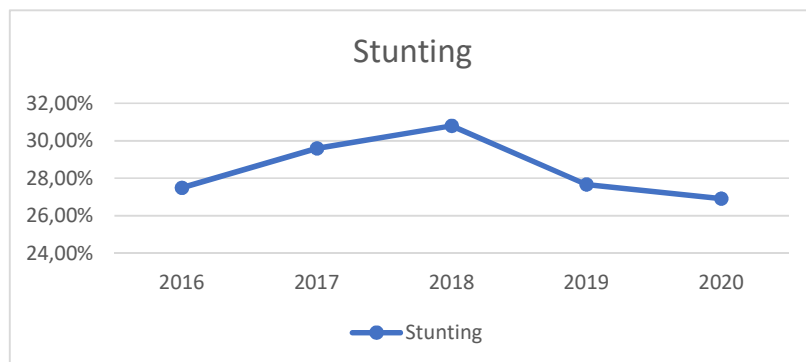
Berdasarkan data Sekretariat Negara Kementerian Republik Indonesia, prevalensi stunting di Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan akan turun menjadi 26,92%. Prevalensi stunting diproyeksikan sebesar 0,75% dibandingkan tahun 2019 (27,67%), yang dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 1 angka stunting di Indonesia

| Tahun | Prevalensi |
|-------|------------|
| 2016 | 27,5% |
| 2017 | 29,6% |
| 2018 | 30,8% |
| 2019 | 27,67% |
| 2020 | 26,92% |

(Sumber: Kementrian Sekretariat Negara RI. <https://stunting.go.id>)

Gambar 1, Grafik angka stunting di Indonesia



(Sumber: Kementrian Sekretariat Negara RI. <https://stunting.go.id>)

Berdasarkan tabel tersebut, upaya pemerintah untuk mempercepat penurunan angka stunting di Indonesia telah membuahkan hasil yang baik. Pemerintah telah berusaha menanggulangi stunting dengan memberikan edukasi dan pemahaman tentang bahaya stunting yang dapat mempengaruhi kualitas sumber daya manusia di masa depan.

Menurut Effendy (2006:3539) untuk mengembangkan strategi komunikasi, empat faktor penting yang harus diperhatikan, antara lain sebagai berikut:

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum melakukan komunikasi, perlu diketahui siapa yang menjadi tujuan komunikasi tersebut. Tujuan komunikasi ini dapat ditentukan berdasarkan tujuan komunikasi tersebut. Kelompok sasaran dapat ditentukan dengan baik, sehingga dapat ditentukan juga metode komunikasi yang paling efektif untuk masing-masing kelompok sasaran. Analisis kolektif ini membahas dan mengkaji Strategi Nasional Penanggulangan Cacat dan Gizi Buruk Tahun 2019-2024. Analisis kolektif didasarkan pada pesan yang disampaikan sehingga analisis kolektif ini bersifat kolektif dan tidak hanya mengutamakan khalayak tertentu. Semua kelompok sasaran ini bisa saling bergantung dan mempengaruhi satu sama lain. Kelompok sasarannya adalah:

- a) **Kelompok Primer**, yang tergabung dalam satu rumah tangga dengan 1000 HPK dan tenaga Kesehatan serta kader:
 - Ibu Hamil
 - Ibu Menyusui
 - Anak Usia 0-23 bulan

- Anak usia 24-59 bulan
 - Tenaga Kesehatan
 - Pasukan
- b) **Kelompok Sekunder**, yang terdiri dari kelompok pencegahan dan kemenangan dan sebagai kelompok penyedia layanan Kesehatan yaitu:
- Wanita usia subur
 - Remaja
 - Referensi lingkungan pribadi anak (kakek, nenek, dan ayah)
- c) **Kelompok Tersier**, pihak-pihak tersebut terlibat dalam menyediakan lingkungan yang mendukung upaya pencegahan stunting, yang terdiri dari:
- Politisi/ pengambil keputusan pada tingkat nasional, provinsi, kabupaten/kota dan desa
 - Organisasi perangkat daerah
 - Dunia usaha
 - Media massa

2. Pemilihan Media atau Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi merupakan suatu media atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Ada dua kelompok saluran komunikasi yaitu sebagai berikut:

- 1) **Pertemuan tatap muka**, meliputi bentuk pertemuan, pertemuan koalisi, memberikan konsultasi interpersonal, melakukan hubungan masyarakat, memberikan pelatihan untuk kelompok besar dan kecil, membentuk kelompok deformasi, mengadakan pertemuan koordinasi, dll.
- 2) **Melalui Sarana Mediasi**, yang dapat dibedakan menjadi tiga bidang, yaitu sebagai berikut:
 - **Media Berbayar** merupakan informasi yang dapat disebar dengan biaya untuk media cetak, media penyiaran, dan media digital.
 - **Media sendiri**, yaitu saluran yang informasinya dikelola oleh asset institusi tertentu
 - **Earned media**, menerbitkan informasi tentang metode PR (public relationship).

Materi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan Pencegahan Stunting ke kelompok sasaran berbeda dalam konten dan metode komunikasi yang digunakan, bergantung pada kelompok sasaran mana materi tersebut ditujukan.

- Penyediaan materi komunikasi dalam berbagai format dari media cetak, radio dan visual.
- Isi materi komunikasi yang baik adalah isi dokumen yang dapat dipahami oleh kelompok sasaran.
- Saat menyiapkan materi komunikasi, diperlukan agen kreatif untuk memadatkan pesan utama daya Tarik (kata-kata atau keterampilan).

3. Pengkajian Pesan Komunikasi

Pesan utama ini menjadi pedoman bagi seluruh pemangku kepentingan untuk menyepakati definisi dan upaya percepatan pencegahan stunting, yang kemudian dapat dikembangkan berdasarkan konteks lokal masing-masing daerah. Pesan kunci dibuat singkat namun to the point sehingga mudah dipahami dan dapat dibagikan kepada semua reporter berita di bidangnya.

Untuk dapat menyampaikan struktur pesan secara sistematis, logis, dan mudah dipahami, pesan inti ini dapat disampaikan dalam beberapa Langkah yang terkait dengan perubahan perilaku yang diharapkan dari masing-masing Langkah tersebut.

Langkah-langkahnya bervariasi dari satu daerah ke daerah lain berdasarkan pemahaman mereka tentang stunting (penyebab, akibat dan pencegahan serta pandangan mereka tentang gizi buruk sebagai masalah atau bukan). Misalnya, di daerah-daerah yang pemahaman tentang stunting sangat perlu ditingkatkan, diperlukan upaya yang lebih lama dan berkelanjutan untuk menerapkan stunting di setiap kelompok sasaran.

Di sisi lain, daerah yang memiliki pemahaman yang jelas tentang pencegahan stunting dapat segera memfokuskan upayanya pada penguatan dan pembangunan kontrol sosial untuk pencegahan gizi buruk

a. Melakukan Kampanye Publik

Kampanye gizi multipihak nasional dikerahkan untuk bertindak sebagai fasilitator dan juru bicara dalam menyampaikan pesan kampanye. *Millenium Challenge Account-Indonesia* (MCA-Indonesia) dapat bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan untuk melatih staf Posyandu menjadi pelatih ibu daerahnya, mengajari anak-anak tentang kebiasaan makan dan mengedukasi tentang stunting secara umum.

Karena stunting adalah masalah umum dan semua orang dapat berkontribusi, pendekatan ini tidak dapat hanya mengandalkan sumber daya MCAI atau Departemen Kesehatan. Terakhir, dipetakan pemangku kepentingan dari masing-masing wilayah yang dapat berdampak pada masyarakat. Rencana aksi/kampanye masing-masing daerah meliputi BAPPENAS, masing-masing. Sehingga saat tim datang, situasi di area tersebut baik.

b. Advokasi Kebijakan

Upaya strategis telah dilakukan untuk menginformasikan dan memotivasi para pembuat keputusan untuk menciptakan lingkungan sosial politik yang kondusif untuk mencapai tujuan percepatan pencegahan malnutrisi.

Fokus pada lingkungan sosial-politik pembuat kebijakan untuk mengembangkan atau meninjau peraturan, kebijakan, dan praktik manajemen yang terkait dengan pencegahan stunting.

c. Melakukan Mobilisasi Sosial

Proses berkelanjutan yang melibatkan dan memotivasi pemangku kepentingan nasional dan daerah untuk meningkatkan kesadaran tentang stunting dan semua upaya terkait untuk mencegah stunting. Mari fokus menyatukan pemangku kepentingan nasional dan masyarakat dengan tujuan bersama untuk meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku untuk mencegah stunting.

Selain bekerja sama dengan IMA World Health, MCA Indonesia juga bekerja sama dengan media. Media massa dianggap sebagai saluran informasi yang tepat untuk menyadarkan publik. Dalam hal ini, MCA Indonesia bekerjasama dengan beberapa media televisi. Televisi juga menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat, khususnya terkait dengan kampanye pangan nasional ini.

4. Peran Komunikator dalam Komunikasi

1) Tingkat Pusat

- **Kementrian Kesehatan**, Sebagai pemimpin dan pelaksana utama komunikasi perubahan perilaku untuk mencegah stunting dengan otoritas sebagai berikut:
- **Koordinasi di Kementrian Kesehatan**
Berkoordinasi dengan Kementerian Kesehatan untuk melaksanakan komunikasi perubahan perilaku untuk percepatan pencegahan stunting malnutrisi.
- **Koordinasi antar kementian/ Lembaga**
Memimpin dan membimbing strategi komunikasi perubahan perilaku kepada seluruh departemen/instansi yang berperan dalam mensosialisasikan pencegahan stunting, khususnya instansi yang tercantum dalam Stranas Pencegahan Percepatan Gizi Buruk.
- **Koordinasi Tingkat Daerah**
Memastikan semua kabupaten/ kota memprioritaskan keterlibatan komunikasi perubahan perilaku untuk mencegah stunting dengan menerapkan peraturan daerah.
Menyelenggarakan dialog sosial dengan pemerintah daerah tentang prioritas politik nasional terkait upaya pencegahan stunting.
- **Kementrian Komunikasi dan Informatika**, Sebagai pemimpin dan pelaksana utama kampanye nasional pencegahan gizi stunting, yang memiliki hak sebagai berikut:
 - a) Menyediakan berbagai saluran komunikasi massa untuk mendorong lambatnya upaya pencegahan dan penanganan masalah yang menjangkau seluruh wilayah prioritas di seluruh Indonesia.
 - b) Memperoleh materi edukasi tentang stunting dan pencegahan, bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan, sehingga dapat disebarluaskan sebagai kampanye nasional.

Setiap departemen/instansi dapat menentukan dan membangun saluran komunikasi untuk advokasi politik, komunikasi interpersonal, advokasi sosial, dan kampanye publik dalam mendukung perubahan perilaku untuk program/kegiatannya sendiri sesuai dengan standar pesan esensial yang ditetapkan oleh Departemen Kesehatan.

2) Tingkat Daerah

Dinas kesehatan dan Dinas komunikasi dan informasi tingkat kabupaten adalah perwakilan dari Kementerian Kesehatan dan Kementerian Komunikasi dan

Informatika dalam mengembangkan strategi komunikasi untuk perubahan tingkat kabupaten/kota dan dalam memantau implementasi strategi tersebut. Strategi:

- **Pemerintah Provinsi**

Peran provinsi dalam percepatan pencegahan dengan pendekatan komunikasi perubahan perilaku adalah sebagai berikut:

- ❖ Sosialisasi prioritas kerjasama pembangunan nasional terkait upaya percepatan percepatan dan pencegahan gizi buruk.
- ❖ Merumuskan kebijakan daerah untuk mendukung upaya percepatan pencegahan stunting dengan mengkomunikasikan perubahan perilaku di provinsi.
- ❖ Memantau secara berkala pelaksanaan kebijakan anti penurunan kabupaten/kota.

- **Pemerintah Kota/ Kabupaten**

Pemerintah kota/kabupaten menerapkan langkah-langkah nutrisi yang ditargetkan dan sensitif secara konvergen melalui pendekatan komunikasi dan perubahan perilaku dan melayani kelompok sasaran secara memadai;

- ❖ Menyusun dan melaksanakan kebijakan daerah yang mendukung upaya percepatan pencegahan stunting melalui komunikasi perubahan perilaku.
- ❖ Penyebarluasan pedoman untuk mendorong percepatan pencegahan sebagai salah satu prioritas pembangunan nasional, khususnya di masyarakat dan desa. Sosialisasi di subzona terjadi secara teratur.

- **Puskesmas**

Peran organisasi periklanan dalam menyelenggarakan komunikasi tentang perubahan perilaku terkait stunting dilaksanakan melalui kegiatan sebagai berikut:

- ❖ **Kepala Puskesmas dan Bidang Koordinator**

Dengan meninjau sumber data yang ada seperti buku KIA (sampel), data kohort, buku anak sekolah dan laporan tentang hipertensi pada remaja putri, tenaga kesehatan mematuhi standar dengan bimbingan profesional reguler (diet khusus). Sumber daya direncanakan. Sama seperti sumber informasi lainnya.

Mendorong dan memastikan bahwa status gizi semua anak di bawah usia lima tahun yang dipantau pertumbuhan dan perkembangannya diidentifikasi dan dicatat dalam Manual KIA serta dikonseling dan dipantau sesuai dengan kondisinya.

❖ **Advokasi kepada pimpinan dan camat**

Membantu semua anak-anak kecil di sekitar untuk tumbuh dan berkembang setiap bulannya di Posyandu, PAUD, TK dan lembaga lainnya. Ini membantu untuk secara teratur mengidentifikasi kasus dan bayi tertentu di tempat yang sulit dijangkau. Membantu staf Puskesmas melakukan kunjungan rumah untuk Indonesia sehat melalui program Pendekatan Keluarga (PISPK). Berpartisipasi dalam mengajarkan pentingnya intervensi gizi sensitif tertentu.

❖ **Kapasitas Staff Puskesmas (ahli gizi, perawat dan bidan Posyandu) akan meningkat**

Kaji status gizi secara berkala dan pantau perkembangan (bayi s/d 23 bulan setiap 3 bulan, bayi usia 24-59 bulan setiap 6 bulan), masalah gizi atau tumbuh kembang. Ada interaksi manusia yang konstan dengan keluarga bayi yang berisiko diganggu.

3) Pemerintah Desa

Berdasarkan UU Desa No. 6 Tahun 2014, desa harus mendukung program prioritas di tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota sesuai kelembagaannya. Peran kepala desa dalam mencegah gangguan kecapatan melalui perubahan perilaku komunikasi adalah sebagai berikut:

- ❖ Komunikasikan instruksi untuk mencegah stunting dengan menggunakan metode komunikasi modifikasi perilaku.
- ❖ Pastikan kegiatan desa dan masyarakat memiliki rencana aksi untuk mencegah stunting, termasuk rencana aksi untuk mengubah penggunaan komunikasi.
- ❖ Dalam konseling pengerdilan desa, tingkatkan akses ke intervensi gizi khusus dan layanan gizi sensitif untuk mendukung pencegahan pengerdilan, termasuk komunikasi tentang perubahan perilaku antara profesional/pelaksana layanan kesehatan dan kelompok sasaran.
- ❖ Mengembangkan kemampuan melaksanakan pembangunan manusia (KPM), pelaksana Posyandu dan pemangku kepentingan desa lainnya untuk mencegah stunting.

- ❖ Tips gaya hidup sehat untuk mencegah stunting.
- ❖ Penilaian pelaksanaan deformasi, pengukuran kinerja desa dan pelaporan kepada direktur provinsi/walikota oleh camat.

4) Posyandu dan PAUD

Peran Posyandu dalam menyelenggarakan komunikasi tentang perubahan perilaku terkait stunting sangat penting karena Posyandu merupakan ujung tombak dari fasilitas yang tersedia untuk anak.

Oleh karena itu, keterampilan eksekutif harus diperkuat untuk mengontrol pertumbuhan, memantau dan merepresentasikan dalam manual KIA, komunikasi interpersonal yang singkat, penundaan kasus yang tepat dan dukungan untuk petugas kesehatan dalam kunjungan rumah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Komisi kesehatan mengimplementasikan program tersebut dalam bentuk pencegahan Stunting. Tujuan dari program ini adalah untuk memerangi stunting dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengoptimalkan 100 HPK.

Berhasil atau tidaknya suatu program maupun sebuah kebijakan ditentukan oleh komunikasi itu sendiri dalam bentuk strategi komunikasi, maka strategi komunikasi dibagi menjadi empat pilar, terutama dalam kaitannya dengan tujuan komunikasi, yang melibatkan banyak khalayak, antara lain:

- ❖ Kelompok primer, kelompok sekunder dan kelompok tersier.
- ❖ Pemilihan media atau saluran komunikasi, ada dua kelompok saluran yaitu tatap muka dan menggunakan perantara.
- ❖ Mengkaji pesan komunikasi, melakukan kampanye publik, mempromosikan kebijakan dan melaksanakan mobilisasi sosial.
- ❖ sedangkan yaitu Peran komunikasi dan media terdiri dari tingkat pusat dan daerah.

Di tingkat daerah, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki pemerintah negara bagian, kabupaten atau kota, puskesmas, pemerintah desa dan posyandu serta berperan penting dalam mempengaruhi masyarakat untuk terlibat dalam pencegahan stunting.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Kurniawati, R. N. K., Nesia, A., & Fachrisa, M. P. N. (2019). Strategi Komunikasi BKKBN Provinsi Banten Dalam Menanggulangi Stunting di Desa Bayumundu, Pandeglang. *Strategi Komunikasi BKKBN Provinsi Banten Dalam Menanggulangi Stunting di Desa Bayumundu, Pandeglang, 1*, 49-55.
- Pratiwi, S. R. (2019). Manajemen kampanye komunikasi kesehatan dalam upaya pengurangan prevalensi balita stunting. *Jurnal Manajemen Komunikasi, 4*(1), 1-19.
- Yunus, M. R., Utami, A. K., & Aliah, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Puskesmas Pasi Kepada Masyarakat Kampung Sumberpasi dalam Mencegah Stunting pada Anak Usia Dini melalui Program 1 Rumah 1 Kelor. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan), 5*(4).
- Tampubolon, M. A., & Putri, B. P. S. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Program Genbest Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Rangka Penurunan Prevalensi Stunting di Indonesia. *eProceedings of Management, 7*(2).
- Satriawan, E. (2018). Strategi nasional percepatan pencegahan stunting 2018-2024. *Jakarta: Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K)*.
- Hadi, S. (2021). Capaian, Tantangan dan Peluang Pelaksanaan Strategi Nasional Percepatan Pencegahan Stunting Tahun 2018-2024. *Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara RI Sekretariat Wakil Presiden*.
- Sutraningsih, W., Marlindawani, J., & Silitonga, E. (2021). Implementasi Strategi Pelaksanaan Pencegahan Stunting di Kabupaten Aceh Singkil Tahun 2019. *Journal of Healthcare Technology and Medicine, 7*(1), 49-67.
- Sakti, S. A. (2020). Pengaruh Stunting pada tumbuh kembang anak periode golden age. *Biomatika: Jurnal ilmiah fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, 6*(1), 169-175.
- Nurlatif, R. V. N., & Priharwanti, A. (2019). Stunting: Besaran Masalah & Strategi Pencegahannya di Kabupaten Pekalongan. *Kajen: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembangunan, 3*(02), 69-82.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (2021). 'Studi Status Gizi Balita Indonesia (SSGBI) Tahun 2019 Dan Studi Determinan Status Gizi (SDSG) Pada Masa Pandemi Covid-10 Tahun 2020', Retrieved from journal

Artikel Prosiding

- Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).

Buku Teks

Budi G. Sadikin.(2021). *Laporan Kinerja Kementerian Kesehatan Tahun 2020*. Kementerian Kesehatan RI 2021.

Khairani, SKM, MKM. (2020). *Situasi Stunting di Indonesia 2020*.

Dr. Riskiyana Sukandhi Putra, M.kes.(2018) ***Pedoman Strategi Komunikasi: Perubahan Perilaku Dalam Percepatan Pencegahan Stunting Di Indonesia 2018***.

Dr. drh. Didik Budijanto, M.kes. (2018) *Situasi Balita Pendek (Stunting) di Indonesia 2018*.

Internet

<https://pusdatin.kemkes.go.id/folder/view/01/structure-publikasi-pusdatin-buletin.html> diakses pada tanggal 20 januari 2022

<https://stunting.go.id/angka-prevalensi-stunting-tahun-2020-diprediksi-turun/#:~:text=Angka%20prevalensi%20stunting%20di%20Indonesia%20tahun%202020%20diperkirakan,diprediksi%20sebesar%200%2C75%25%20dibandingkan%20dengan%20tahun%202019%20%2827%2C67%25%29>. Diakses pada tanggal 20 januari 2022

Undang-Undang

Peraturan Presiden No.42 Tahun 2013 tentang Gerakan Percepatan Perbaikan Gizi menggunakan focus primer dalam 1000 hari pertama kehidupan (HPK).

Peraturan Presiden pasal 62 Ayat 1 Tahun 2010 tentang BKKR