

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PENGENDALIAN PENDUDUK, KELUARGA BERENCANA, PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK (PPKBP3A) DALAM PENCEGAHAN STUNTING DI KABUPATEN WONOGIRI TAHUN 2023

Setyawan Bayu Nugroho; Riski Apriliani

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPKBP3A) Kabupaten Wonogiri dalam pencegahan stunting kepada masyarakat Kabupaten Wonogiri. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan teori *social marketing*. Perolehan data dalam penelitian melalui observasi dan wawancara yang kemudian dianalisis dengan teknik analisis interaktif serta menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Dinas PPKBP3A dalam menekan prevalensi stunting di Kabupaten Wonogiri dikatakan cukup efektif. Ditunjukkan dengan perubahan perilaku masyarakat dalam pencegahan stunting di lingkungan terdekatnya. Perkembangan kasus stunting di Kabupaten Wonogiri yang sudah menurun secara signifikan dari tahun 2021 hingga 2023 dan diharapkan mencapai target *zero stunting* yang diartikan tidak ada kasus stunting baru yang muncul.

Kata Kunci : Stunting, strategi komunikasi, social marketing

Abstract

This research aims to investigate the communication strategies of the Department of Population Control, Family Planning, Women's Empowerment, and Child Protection (PPKBP3A) of Wonogiri Regency in preventing stunting among the people of Wonogiri Regency. This study is a type of descriptive qualitative research conducted using social marketing theory. Data collection was done through observation and interviews, which were then analyzed using interactive analysis techniques and purposive sampling techniques in sample selection. The results obtained in this study indicate that the communication strategies of the PPKBP3A Department in reducing the prevalence of stunting in Wonogiri Regency are considered quite effective. This is shown by the behavioral changes in the community in preventing stunting in their immediate environment. The development of stunting cases in Wonogiri Regency has significantly decreased from 2021 to 2023, and it is expected to achieve the target of zero stunting, meaning no new stunting cases emerge.

Keywords: Stunting, communication strategy, social marketing

1. PENDAHULUAN

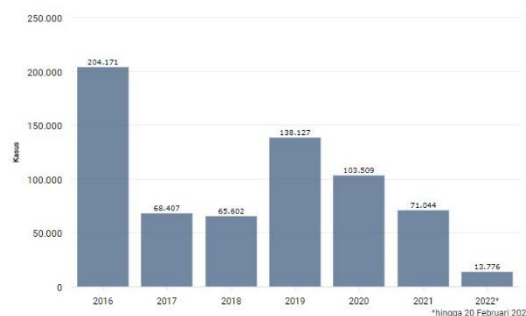
1.1 Latar Belakang

Indonesia masih mengalami masalah gizi yang belum terpenuhi secara optimal, yang berdampak serius pada kualitas sumber daya manusia, termasuk tingginya prevalensi anak balita yang mengalami stunting. Stunting adalah masalah kekurangan gizi kronis yang terjadi akibat asupan gizi yang tidak mencukupi dalam jangka waktu yang panjang, terutama selama 1000 Hari Pertama Kehidupan (HPK). Kondisi ini mengakibatkan hambatan dalam perkembangan fisik dan kognitif anak di masa depan. Anak-anak yang mengalami stunting memiliki tingkat *Intelligence Quotient* (IQ) yang lebih rendah dibandingkan dengan anak-anak yang tumbuh dengan normal. (Kemenkes RI, 2018). Menurut WHO (2015) stunting adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan anak yang disebabkan oleh kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, ditandai dengan panjang atau tinggi badan anak yang berada di bawah standar.

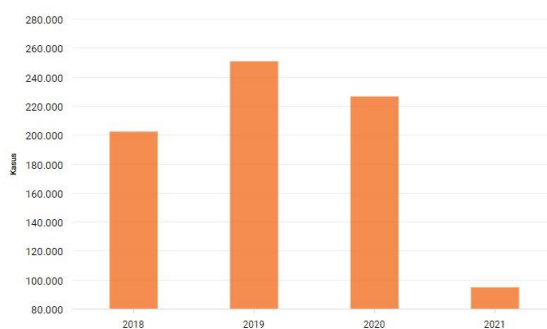
Stunting adalah kekurangan nilai gizi dan nutrisi dalam jangka waktu tertentu sehingga terjadi gangguan dalam perkembangan anak. Masalah stunting dipengaruhi oleh masalah gizi yang kurang tercukupi, masalah pola asuh yang kurang baik terutama pada pemberian makan anak, masalah pelayanan kesehatan seperti akses sanitasi dan air bersih. Pola asuh dan kecukupan gizi sangat dipengaruhi oleh pemahaman keluarga maka, diperlukan edukasi dalam mengatur kesehatan dan gizi di keluarganya (Bachruddin et al., 2022).

Menurut data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) Kementerian Kesehatan, prevalensi balita stunting di Indonesia mencapai 22,4% pada 2021, kemudian menurun pada tahun 2022 menjadi 21,6%, artinya program percepatan stunting yang dilakukan Pemerintah berhasil menekan penurunan stunting di skala nasional. Pemerintah menargetkan penurunan stunting capai 14% di tahun 2024. Di bawah ini merupakan tabel perbandingan penanganan kasus kesehatan di Indonesia :

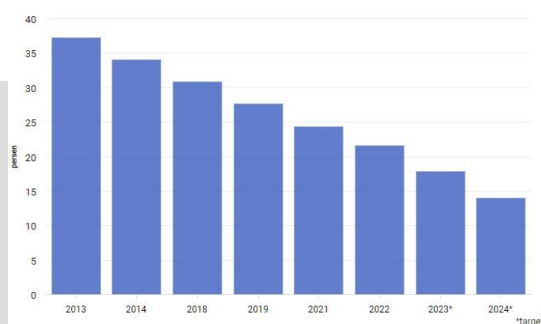
Tabel 1. Kasus DBD



Tabel 2 Kasus Malaria



Tabel 3 Kasus Stunting



Perbandingan ketiga tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa penekanan kasus kesehatan di Indonesia yang paling signifikan adalah penanganan kasus stunting.

Pemerintah sangat memperhatikan dalam penuntasan masalah stunting karena dapat berdampak luas dalam pertumbuhan negara. Kasus ini berpotensi menghambat kemajuan ekonomi negara, meningkatkan kemiskinan, dan dapat mengurangi kualitas SDM yang menjadi prioritas dalam perkembangan negara. Masalah stunting ini memiliki dampak serius terhadap pembangunan sumber daya manusia (SDM) negara, karena menjadi hambatan besar dalam menciptakan SDM yang cerdas, sehat, dan produktif, sehingga mampu bersaing secara global (Egayanti et al., 2018).

Pemerintah dalam menyampaikan komunikasi program percepatan pencegahan stunting melalui berbagai media baik media secara langsung maupun media tidak langsung. Adapun komunikasi pemerintah secara langsung yaitu mengadakan rapat internal dan eksternal, mengadakan penyuluhan dengan masyarakat, mengadakan berbagai acara dari pemerintah yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat untuk mewujudkan suatu tujuan tertentu. Komunikasi pemerintah secara tidak langsung yaitu melalui surat kabar, media siaran, iklan baliho, iklan layanan masyarakat. Komunikasi Pemerintahan adalah proses penyampaian ide, program, dan gagasan dari pemerintah kepada masyarakat untuk mencapai tujuan negara. Dalam hal ini, pemerintah berperan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan. Namun, dalam situasi tertentu, peran tersebut bisa berbalik, di mana masyarakat

menyampaikan ide atau gagasan dan pemerintah mendengarkan aspirasi masyarakat (Hasan, 2005).

Strategi komunikasi pemerintah kepada masyarakat sangat dibutuhkan dalam menangani prevalensi stunting di Indonesia. Strategi komunikasi digunakan untuk menjalin komunikasi yang efektif kepada perangkat lembaga pemerintah/non-pemerintah serta masyarakat. Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah konsep yang menggunakan ide relevansi bersyarat, yang dirancang dan diatur secara sadar untuk mengatasi berbagai masalah dalam suatu organisasi dengan tujuan mencapai target organisasi tersebut (Lubis et al., 2021). Strategi komunikasi mengacu pada pendekatan komunikasi secara menyeluruh untuk menghadapi suatu kasus dan tergantung pada situasi dan kondisi yang terjadi. Pendekatan komunikasi dijadikan dasar strategi dan digunakan untuk kerangka perencanaan komunikasi selanjutnya.

Pemerintah berupaya menekan penurunan angka stunting di Indonesia dengan berbagai strategi. Tercatat dalam Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting secara holistik, integratif, dan berkualitas melalui koordinasi, sinergi, dan sinkronisasi di antara kementerian/lembaga, pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten/kota, pemerintah desa, dan pemangku kepentingan. Pada 25 Januari 2021, Presiden Joko Widodo telah mengangkat Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) sebagai Ketua Pelaksana program percepatan pencegahan stunting. Untuk mencapai target penurunan prevalensi stunting, Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan akan bertindak sebagai koordinator program dan Kepala BKKBN akan menjadi ketua pelaksana (BPMI Setpres, 2021). BKKBN memiliki program unggulan disetiap wilayahnya dalam menekan program percepatan penekanan stunting.

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) merupakan lembaga non-kementrian yang berada dibawah Presiden dan melalui Mentri Kesehatan. BKKBN memiliki infrastruktur organisasi hingga ke tingkat daerah dibantu oleh kementrian dan lembaga yang berkaitan. BKKBN menyalurkan programnya di wilayah daerah melalui Dinas PPKBP3A. Dinas PPKBP3A melaksanakan program percepatan penanganan stunting di Kabupaten Wonogiri sejak tahun 2022. Pendekatan Dinas PPKBP3A dalam program percepatan stunting melalui program siap nikah, siap hamil cegah stunting, edukasi tentang gizi balita, seminar edukasi tentang stunting, rapat penyuluhan di berbagai daerah. Menurut data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) Kementerian Kesehatan, prevalensi balita stunting di Indonesia mencapai 21,6% pada 2022. Angka ini turun 2,8 poin dari tahun 2021. Artinya program percepatan stunting yang dilakukan Pemerintah berhasil menekan penurunan stunting

di skala nasional. Pemerintah menargetkan penurunan stunting capai 14% di tahun 2024. Faktanya di Kabupaten Wonogiri tahun 2017-2018 tercatat kasus stunting terdapat 24% dan di tahun 2022 menurun menjadi 14% menurut data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI). Hal ini dapat menunjukkan bahwa fokus dan keberhasilan pemerintah dalam mengatasi kasus stunting.

Dinas PPKBP3A merupakan salah satu sektor pemerintah yang menangani kasus stunting di Kabupaten Wonogiri. Dinas PPKBP3A telah memberikan komunikasi dengan masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan, edukasi, iklan spanduk/balho, iklan radio daerah, iklan layanan masyarakat. Pemerintah Kabupaten Wonogiri juga telah melaksanakan program pemerintah daerah “*Go Nyawiji Sesarengan Wigatekno Stunting*” dengan 4 langkahnya, yaitu *Waregno* (Cukupi Gizi), *Gatekno* (Perhatikan Pola Asuh), *Timbangan/Ukuren* (Ukur BB & TB) dan *Sambato* (Lapor ke Petugas Kesehatan). Pemerintah Kabupaten Wonogiri menargetkan zero stunting di tahun 2024. Zero stunting yang dimaksud adalah tidak ada kasus stunting baru yang muncul.

Kurangnya komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi jalannya program pencegahan stunting yang berdampak kurangnya pemahaman masyarakat mengenai edukasi pencegahan stunting dan kurangnya kesadaran masyarakat mengenai penanganan bayi beresiko stunting (Umrah et al., 2022). Permasalahan bayi beresiko stunting di Kabupaten Wonogiri disebabkan oleh beberapa faktor, seperti permasalahan ekonomi keluarga, permasalahan air bersih dan sanitasi, kurangnya pemahaman mengenai pemberian gizi yang cukup kepada bayi berusia 1000 HPK, kurangnya pola asuh yang baik kepada anak, kurangnya kesadaran keluarga untuk berangkat ke posyandu (Wonogiri, 2023).

Sehingga penelitian ini dibuat berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut untuk mengetahui bagaimana pihak Dinas PPKBP3A membuat komunikasi yang efektif kepada masyarakat yang mengalami kasus stunting ini. Peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan pembandingan penelitian ini dan efektivitas program unggulan pencegahan stunting yang dibuat oleh pemerintah kepada masyarakat.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini yaitu Bachruddin, Siraj, & Nurfalah, (2022) berjudul Strategi Komunikasi Pencegahan Stunting melalui Program Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) di Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon menerapkan strategi komunikasi untuk pencegahan stunting dengan mengevaluasi hasil kerja program yang dilaksanakan oleh PLKB/PKB setiap bulan. Selain itu, dinas terkait juga memanfaatkan media online, serta menyediakan buku-buku, pamflet, alat peraga edukasi, dan permainan untuk anak-

anak. Usaha *public relations* bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publiknya, serta untuk mendapatkan opini publik yang menyenangkan, positif, dan menguntungkan bagi kelangsungan hidup organisasi tersebut (Astuty et al., 2017).

Fachrisa, Kurniawati, & Nesia, (2019) berjudul Strategi Komunikasi BKKBN Provinsi Banten dalam Menanggulangi Stunting di Desa Bayumundu, Pandeglang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi untuk mengatasi stunting melalui penyuluhan yang diterapkan dalam kegiatan BKB, Posyandu, dan kegiatan sehari-hari. Pendekatan ini melibatkan penggunaan media seperti poster, baliho, pamflet, televisi, dan radio. Humas pemerintah bertugas untuk mengelola kebijakan dan layanan publik dengan menyediakan informasi tentang kebijakan pemerintah yang berdampak langsung pada masyarakat (Zikri & Simon, 2020).

Normaisa, Mahsyar, & Sudarmi, (2020) berjudul Strategi Dinas Kesehatan dalam Menekan Laju Penderita Stunting di Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Strategi Dinas Kesehatan dalam mengurangi laju stunting di Kabupaten Enrekang terdiri dari lima faktor strategi: 1) Strategi Organisasi, yang berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif strategis baru; 2) Strategi Program, yang menitikberatkan pada keterlibatan dalam program-program spesifik; 3) Strategi Dukungan Sumber Daya, yang bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia untuk meningkatkan kualitas kinerja; 4) Faktor Pendukung, seperti sumber daya manusia dan fasilitas kesehatan; dan 5) Faktor Penghambat, yang terkait dengan kurangnya kesadaran masyarakat. Dalam konteks praktik hubungan masyarakat, strategi umumnya merujuk pada konsep keseluruhan, pendekatan, atau rencana program yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu (Broom & Sha, 2008).

Salmon, Moninjta, & Kumayas, (2022) berjudul Strategi Pemerintah Dalam Mengatasi Stunting Di Kabupaten Kepulauan Sangihe, Sulawesi Utara (Studi Dinas Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Sangihe). Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menangani kasus kesehatan harus melibatkan komunikasi pemerintah untuk mendampingi masyarakat serta perlu koordinasi yang efektif dalam penanganannya. Harus ada keterkaitan yang kuat antara tujuan program secara keseluruhan, sasaran yang ditetapkan untuk masing-masing komunitas, serta strategi dan taktik yang dipilih untuk mencapai setiap sasaran tersebut (Broom & Sha, 2008).

Berdasarkan 4 penelitian terdahulu terdapat rumusan masalah dan tujuan penelitian yang menjadi perbedaan pada penelitian ini yaitu berfokus bagaimana strategi komunikasi *social marketing* Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri kepada masyarakat melalui program

yang telah diberikan agar menjadi efektif dalam pencegahan stunting di Kabupaten Wonogiri dan bagaimana pemahaman masyarakat mengenai program yang telah diberikan oleh Dinas PPKBP3A.

1.2 Kajian Teori

Pada penelitian ini, menggunakan teori *social marketing* yang dikembangkan oleh Philip Kotler dan Gerald Zaltman (1971) yang menggambarkan penerapan prinsip-prinsip pemasaran untuk merubah perilaku sosial manusia menjadi lebih baik. *Social marketing* didefinisikan sebagai strategi yang digunakan untuk merubah sikap dan perilaku masyarakat yang positif (Lahtinen et al., 2020).

Dalam kerangka teori *social marketing* penelitian sebelumnya membahas mengenai implementasi produk pemasaran sosial dalam mengubah perilaku konsumen, efektivitas strategi komunikasi pemasaran sosial, tanggapan konsumen mengenai strategi komunikasi pemasaran sosial. Peranan *social marketing* berfokus mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam teori *social marketing* terdapat 5 elemen sebagai berikut (Destrity, et al., 2023) :

1.2.1 Who

Individu yang merumuskan serta melaksanakan kegiatan *social marketing* disebut sebagai agen perubahan atau sumber pesan yang bertugas untuk mengubah perilaku target menjadi lebih positif.

1.2.2 What

Pesan yang akan disampaikan merupakan wujud usaha untuk mengubah perilaku dan pemahaman target terkait dengan isu sosial yang ada. Pesan yang diolah sehingga mudah dipahami oleh target untuk mencapai komunikasi yang efektif.

1.2.3 Whom

Individu atau kelompok yang menjadi target sasaran komunikasi *social marketing*. Memiliki peran penting dalam proses komunikasi karena menjadi target dari pemasaran sosial.

1.2.4 What Channel

Pemilihan alat distribusi komunikasi atau saluran komunikasi disesuaikan berdasarkan karakteristik pesan dan tujuan pesan yang akan disampaikan.

1.2.5 What Effect

Efek yang diharapkan sesuai tujuan dari *social marketing* yaitu perubahan perilaku target menjadi lebih positif.

Strategi komunikasi berperan sebagai arahan dalam merancang dan mengatur komunikasi dengan tujuan mencapai hasil tertentu. Untuk mencapai tujuan yang diharapkan dibutuhkan metode pelaksanaan yang berarti bahwa pendekatan dilakukan sesuai dengan

situasi dan kondisi serta dapat berbeda dari waktu ke waktu (Effendy, 2003). Strategi komunikasi *social marketing* dapat diterapkan menggunakan konsep bauran sosial pemasaran (*marketing mix*) 7P yang meliputi produk (ide gagasan), harga (biaya untuk adopsi perilaku), tempat (mempermudah akses dalam pemasaran), promosi (rancangan pesan dan media), proses (pelayanan pemasaran), bukti fisik (pendukung fisik pemasaran) (Destrity, et al., 2023).

Perubahan perilaku dan pola hidup sehat masyarakat merupakan faktor yang berpengaruh terhadap pencapaian tujuan yang diharapkan dari strategi komunikasi kesehatan. Terjadinya perubahan perilaku didasari oleh komunikasi yang memungkinkan interaksi timbal-balik antara pengaruh lingkungan sosial dan fisik serta faktor personal dalam menentukan intervensi, perencanaan, dan penyebaran informasi untuk membentuk perilaku baru (Oktavilantika et al., 2023). Terjadinya perubahan pola perilaku masyarakat menandakan bahwa *social marketing* yang diberikan telah dipahami dengan baik oleh target dan menambah hal yang positif mengenai tingkat kesehatan di lingkungan mereka.

Perencanaan *social marketing* mengenai pencegahan stunting berisikan mengenai pemahaman stunting adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan anak yang disebabkan oleh kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, ditandai dengan panjang atau tinggi badan anak yang berada di bawah standar. Stunting disebabkan oleh asupan kalori yang tidak adekuat, asupan gizi dan nutrisi tidak tercukupi, terbatasnya layanan kesehatan, dan rendahnya akses sanitasi dan air bersih yang berdampak pada kesehatan anak yang meliputi hambatan perkembangan kognitif dan motorik pada anak. Pencegahan stunting meliputi pemberian ASI eksklusif pada anak, memperhatikan kebutuhan gizi dan nutrisi pada ibu dan anak, memperhatikan pola asuh pada anak, memantau perkembangan anak melalui posyandu, memperbaiki kebersihan sanitasi dan saluran air bersih (Susanti, 2022).

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena atau suatu realitas sosial sebagai objek yang diteliti. Deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang memeriksa peristiwa atau tindakan sosial dalam konteks alaminya, dengan fokus pada bagaimana individu menginterpretasikan dan memahami pengalaman mereka untuk mendapatkan wawasan tentang realitas sosial. Tujuannya untuk memahami realitas sosial dengan lebih mendalam, memungkinkan individu untuk mengatasi masalah mereka sendiri dengan lebih baik (Mohajan, 2018).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah strategi pengumpulan data berdasarkan beberapa sumber yang digabungkan

dan dianalisa untuk mendapatkan sebuah hasil penelitian. Studi Kasus sebagai strategi penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode di mana peneliti meneliti program, peristiwa, aktivitas, proses, atau satu atau lebih individu dengan cermat dan mendalam (Creswell & Poth, 2016). Teknik pengumpulan data meliputi data primer yaitu observasi, wawancara mendalam, dan data sekunder melalui *literature review*, dokumen terkait, dan sumber internet.

Peneliti menggunakan *purposive sampling* yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Menurut (Sugiyono, 2018) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan khusus sesuai dengan kriteria tertentu, dengan maksud menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Sampel yang didapat sebagai hasil wawancara dalam penelitian ini adalah 5 informan diantaranya adalah Sekretaris Dinas PPKBP3A, Staff pencegahan stunting Dinas PPKBP3A yang fokus ditugaskan dalam penekanan stunting di kabupaten Wonogiri, dan 3 masyarakat Kabupaten Wonogiri.

Metode analisis data penelitian menggunakan metode interaktif berdasarkan teori Miles dan Huberman dalam (Wanto, 2018) terdiri dari tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap reduksi data

Reduksi data merupakan langkah teknis untuk memperjelas, menyederhanakan dan menghilangkan data yang tidak diperlukan. Ini membuatnya lebih mudah untuk menarik kesimpulan yang membuat informasi lebih bermakna. Tahap reduksi ini juga diperlukan pada saat menganalisis data dalam jumlah besar, agar nantinya dapat dipilih materi untuk menghasilkan data yang relevan sesuai dengan tujuan akhir penelitian.

2. Tahap penyajian data/analisis data setelah pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai teks deskriptif (catatan lapangan), grafik, matriks, diagram atau jaringan, yang merupakan hasil dari memfasilitasi pengumpulan data yang dikumpulkan secara sistematis.

3. Tahap penarikan kesimpulan dan validasi

Langkah ini merupakan langkah terakhir dari teknik analisis data kualitatif, yang meliputi pemilihan dan pemilahan data yang masih relevan dengan tujuan yang dicapai dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh dengan demikian merupakan jawaban atas permasalahan yang ada berupa informasi yang lebih relevan.

Penelitian ini menggunakan keabsahan data, dengan penekanan pada triangulasi sumber data, khususnya pengumpulan temuan penelitian berdasarkan informan individu. Data dari berbagai sumber dideskripsikan, diklasifikasikan, dan diperiksa untuk menarik kesimpulan. Triangulasi memiliki ide dasar berupa fenomena yang dikaji dengan berbagai

metode yang harus dipahami dengan baik pada saat pengumpulan dan analisis data. Oleh karena itu, data yang diperoleh sangat akurat jika dilihat dari sudut pandang yang berbeda dengan mereduksinya semaksimal mungkin (Rahardjo, 2010).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Hasil serta pembahasan dari penelitian ini dikaitkan dengan teori model komunikasi SMCR mengenai temuan data penelitian di Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPKBP3A) Kabupaten Wonogiri terkait strategi komunikasi pengaruh program percepatan pencegahan stunting di Kabupaten Wonogiri. Peneliti memperoleh data dari dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder yang akan dijelaskan dalam penelitian ini dalam bentuk deskriptif.

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui efektifitas strategi komunikasi yang diberikan oleh Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri dalam menjalankan program percepatan penurunan stunting di Kabupaten Wonogiri. Peneliti memilih lima informan yang dianggap telah memenuhi kriteria. Dua informan yang dipilih dari pegawai Dinas PPKBP3A merupakan informan yang sering berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat dalam penanganan stunting. Tiga informan dipilih dari masyarakat yaitu, masyarakat yang masih remaja, masyarakat yang baru menikah, dan masyarakat yang berkeluarga, dan mengikuti program KB. Dari ketiga masyarakat tersebut, mereka berbeda domisili kecamatan, sehingga dapat dikatakan bahwa kelima informan ini telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Program percepatan penurunan stunting dari Dinas PPKBP3A mulai terlaksana dari tahun 2022-2023 dan programnya bersinergi dengan lintas sektor di Kabupaten Wonogiri. Tim percepatan ada 3 yang terdiri dari bidan/nakes, kader PKK, kader KB. Program unggulan dari Dinas PPKBP3A adalah adanya tim pendamping keluarga. Dinas PPKBP3A memberikan program pencegahan stunting kepada masyarakat untuk mencapai tujuan “*zero stunting*” yang berarti tidak ada lagi kasus stunting baru serta menambah pengetahuan masyarakat mengenai kasus stunting sehingga terjadi perubahan pola perilaku hidup sehat pada masyarakat. Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri bekerjasama mengkoordinasikan program melalui Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB), Pemberdaya Kesehatan Keluarga (PKK) melalui PLKB, lalu PLKB kepada lintas sektor untuk percepatan pencegahan stunting. Lintas sektor yang dimaksud adalah instansi pemerintah daerah yang terkait dengan program percepatan pencegahan stunting seperti Dinas Kesehatan, Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Sekretaris Daerah, Perangkat Daerah.

3.1.1 Sumber Pesan

Petugas penanganan stunting dari Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPKBP3A) mengkoordinasikan program-programnya kepada seluruh komponennya dari Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB), penyuluh Keluarga Berencana (KB), Tim Percepatan Penurunan Stunting (TPPS), Pemberdayaan Kesehatan Keluarga (PKK), Tim Pendamping Keluarga (TPK) yang terdiri dari bidan/tenaga kesehatan, PKK, dan kader KB, dan juga koordinasi kepada lintas sektor yang terkait dalam Tim Percepatan Penurunan Stunting (TPPS) di Kabupaten Wonogiri. Keterlibatan lintas sektor dalam program percepatan penurunan Dinas PPKBP3A stunting di Kabupaten Wonogiri cukup memberikan peran penting dalam pengetahuan komunikator.

“Proses penyampaian kita sesuaikan dengan masyarakat yang ada. Jadi ketika menyampaikan pesan kepada nakes kita bisa menggandeng dengan Dinas Kesehatan atau dokter spesialis sehingga untuk penyampaian pesan mungkin lebih efektif diterima masyarakat” (Hasil wawancara dengan staf pencegahan stunting Daniel, 2023)

Pengetahuan yang mendalam dari komunikator mengenai pencegahan stunting memungkinkan memberikan arahan yang akurat kepada masyarakat. Hal ini dapat membantu kepercayaan dan memperkuat hubungan komunikasi dengan masyarakat. Sikap yang positif, terbuka, dan inklusif kepada masyarakat untuk bersama-sama mewujudkan “zero stunting” serta mendorong masyarakat berpartisipasi aktif dalam program pencegahan stunting. Sikap dalam penyampaian pesan dapat menciptakan komunikasi yang lebih terbuka dan mudah diterima oleh masyarakat.

3.1.2 Pesan

Pesan yang dikirimkan dari komunikator dapat berbentuk lisan, tulisan, maupun media digital. Perencanaan realisasi program percepatan penanganan stunting dipengaruhi oleh persiapan pesan yang akan disampaikan Dinas PPKBP3A melalui PLKB. Persiapan pesan disesuaikan dengan analisis audies dan analisis kebutuhan masyarakat yang berarti bahwa sebelum pesan disampaikan kepada masyarakat, akan diolah dan dikemas menyesuaikan dengan bahasa, sistem sosial dan budaya masyarakat setempat daerah untuk mencapai target sasaran efektivitas komunikasi. Permasalahan penyampaian muncul ketika pertama kali pesan disampaikan karena disana masyarakat merasakan *shock* yang dimana permasalahan stunting masih dianggap permasalahan yang baru muncul oleh masyarakat setempat daerah (Lestari & Fahrunnisa, 2023). Penyampaian informasi ini dipantau rutin oleh pihak Dinas PPKBP3A dan perolehan data mengenai perubahan perilaku masyarakat akan menjadi evaluasi pada perencanaan program selanjutnya.

Isi pesan dalam program percepatan penanganan stunting meliputi pemahaman dasar tentang stunting yang meliputi pemahaman mengenai apa itu stunting, pemahaman ciri-ciri anak beresiko stunting, edukasi pencegahan stunting, dan pendampingan penanganan stunting khususnya kepada keluarga yang memiliki anak beresiko stunting. Edukasi pencegahan stunting yang meliputi edukasi pentingnya pemenuhan gizi kepada anak serta ibu menyusui dan ibu hamil, edukasi pemberian ASI eksklusif kepada bayi hingga berusia 6 bulan, edukasi pola asuh anak, edukasi sanitasi dan akses air bersih. Isi pesan ini terus dikembangkan berdasarkan monitoring dari hasil perubahan perilaku masyarakat setelah diberikan program. Disisilain, masih terdapat masalah dalam penyampaian pesan dikarenakan oleh beberapa faktor internal maupun eksternal. Hasil analisis permasalahan dan solusi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4 Analisis permasalahan penyampaian pesan

Target	Masalah	Solusi
Calon pengantin	Datang pada sosialisasi dengan waktu yang mepet sebelum menikah	Memberikan bimbingan program Pra-Nikah
Ibu hamil	Pemenuhan gizi calon bayi Waktu terbatas untuk periksa ke dokter	Edukasi konsumsi gizi yang cukup Pemberian susu ibu hamil Pembagian pangan bergizi dan Pemberian multivitamin
Ibu menyusui	Pemenuhan gizi pada asi untuk anak Waktu terbatas pada pemberian ASI	Edukasi konsumsi gizi yang baik dan edukasi pemberian ASI eksklusif Koordinasi kepada Disnaker untuk memberikan edaran mengenai pembuatan pojok ASI di tempat kerja
Ibu dengan anak usia 1000 HPK	Pemenuhan gizi pada anak Pola asuh anak Kesehatan lingkungan	Edukasi pemberian gizi yang cukup kepada ibu dan anak Edukasi mengenai perilaku hidup sehat dan sanitasi yang baik Pembagian biskuit balita dan multivitamin
Anak usia balita dan batuta	Pemenuhan gizi dan pola asuh anak Tidak mengikuti posyandu	Bekerjasama dengan TPK untuk memantau perkembangan dan pemberian edukasi Edukasi mengenai pentingnya mengikuti posyandu untuk memantau perkembangan anak

Lingkungan keluarga	Pola asuh Kesehatan lingkungan Pemberian gizi pada anak	Edukasi pentingnya pemberian gizi yang baik kepada anak Edukasi pola asuh yang baik Edukasi perilaku hidup sehat, kebersihan lingkungan, kebersihan air dan sanitasi yang baik
Keluarga mempunyai anak beresiko stunting	Terdapat penolakan ketika anaknya dikatakan beresiko stunting	Pemberikan edukasi mengenai stunting dengan bahasa yang awam dan mudah dipahami oleh keluarga
Keluarga yang memiliki ekonomi rendah dan/atau kondisi geografis kurang strategis	Akses air bersih dan sanitasi Tidak mengikuti posyandu	Koordinasi dengan dinas DPU untuk memberikan air bersih dan pembuatan sanitasi yang baik (bila diperlukan) Koordinasi dengan TPK untuk memantau dengan mendatangi rumah

(Sumber : Hasil wawancara dengan sekretaris dan staff pencegahan stunting Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri)

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat permasalahan dan solusi yang diberikan oleh Dinas PPKBP3A untuk membantu masyarakat memenuhi kebutuhannya. Permasalahan tersebut akan dipaparkan dalam rapat pertemuan evaluasi program pencegahan stunting. Dalam program percepatan pencegahan stunting terdapat capaian yang terus dipantau disetiap bulan sebagai dasar dalam evaluasi program.

3.1.3 Saluran Komunikasi

Saluran adalah media atau alat dalam pengiriman pesan kepada audiens. Saluran dapat berupa komunikasi secara langsung yaitu komunikasi lisan yang memungkinkan terjadinya komunikasi dialogis atau komunikasi dua arah dan komunikasi tidak langsung yang memungkinkan terjadinya komunikasi satu arah yaitu melalui tulisan, visual, media digital. Pemilihan saluran yang tepat sangat penting untuk memastikan pesan sampai ke penerima secara efektif (Permadi & Habibullah, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara saluran komunikasi yang efektif digunakan merupakan komunikasi langsung yang memungkinkan komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui pendampingan dan pertemuan sosialisasi program percepatan penurunan stunting. Program pendampingan dinilai efektif karena dapat mengetahui kondisi langsung masyarakat, dapat dijadikan sebagai wadah pertukaran pikiran melalui tanya jawab dan diskusi untuk memastikan bahwa pesan yang diterima dengan benar dipahami dan dapat diimplementasikan.

Penyampaian pesan program percepatan penurunan stunting dalam bentuk komunikasi langsung secara dua arah melalui pendampingan melalui pendekatan langsung dan sosialisasi program stunting yang diikuti oleh kelompok masyarakat. Penyampaian program pencegahan stunting ini disampaikan melalui program pendampingan yang sudah ada yaitu Bina Keluarga Remaja (BKR), Bina Keluarga Balita (BKB), Bina Keluarga Lansia (BKL), pendampingan program Pranikah, pendampingan lain melalui Tim Pendamping Keluarga (TPK) yang tersebar seluruh desa di Kabupaten Wonogiri dilaksanakan dengan rasio waktu sebulan 1 kali di setiap tempat. Di setiap penyampaian program akan dilaksanakan monitoring dan evaluasi. Tempat pelaksanaan pendampingan dan sosialisasi akan dikoordinasikan dengan Kepala Desa dan ketua RT/RW setempat.



Gambar 1 Poster



Gambar 2 Kegiatan Hiburan Masyarakat



Gambar 3 Penyiaran Radio Daerah

Penyampaian pesan program percepatan penurunan stunting dalam bentuk komunikasi tidak langsung secara satu arah meliputi poster mengenai permasalahan stunting, penyiaran radio daerah di setiap 1 bulan sekali, kemudian media hiburan masyarakat bertemakan pencegahan stunting dengan rasio waktu yang tidak ditentukan. Berikut contoh saluran pesan yang telah diterapkan oleh Dinas PPKBP3A dalam pencegahan stunting :

Saluran komunikasi juga melalui TPK yang tersebar di setiap desa di Kabupaten Wonogiri yang bertugas untuk memantau dan memberikan edukasi kepada keluarga dan pihak lain (audiens). Pendampingan kepada keluarga dilaksanakan setiap satu kali atau lebih disetiap bulan dan memberikan pendampingan khusus apabila tercatat anak beresiko stunting. Tim percepatan ini bekerjasama dengan humas dan pelaksana program dari Dinas PPKBP3A untuk menjalankan mencapai tujuan bersama sesuai dengan tugas dan wewenang yang telah diberikan.

3.1.4 Penerima Pesan

Receiver atau penerima pesan (audiens) merupakan seorang khalayak yang menerima penyaluran pesan pendampingan oleh Dinas PPKBP3A. Penentuan penerima pesan (audiens) dalam program percepatan penanganan stunting ini tidak dikhususkan atau tidak diberdasarkan prioritas tertentu, yaitu seluruh lapisan masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Wonogiri. Audiens dapat membantu pengirim pesan menyusun pesan dan memfasilitasi komunikasi efektif dengan masyarakat, sehingga dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam program percepatan pencegahan stunting. Penulis mewawancarai 3 masyarakat berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Penulis menuliskan identitas responden dengan kode M1 usia 22 tahun, M2 usia 32 tahun, M3 usia 28 tahun.

“Yang saya ketahui stunting itu masalah di bayi usia 1000 hari pertama lahir yang masalahnya itu bayi pendek dan tidak berkembang diusianya” (Hasil Wawancara dengan M1 usia 22 tahun, Desember 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan M1 diketahui memahami mengenai apa itu stunting.

“Diusahkan melakukan pencegahan sejak awal. Seperti saat istri saya hamil dan setelah melahirkan, saya selalu memperhatikan gizi makanannya dan saya selalu mengingatkan untuk makan kebutuhan protein, sayuran, dan juga menyiapkan susu untuk ibu hamil. Kalau menurut saya dengan itu akan lebih baik dan tentunya menurut saya apabila ibunya sehat insyaallah anak saya pasti sehat” (Hasil wawancara dengan M2 usia 32 tahun, Desember 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan M2 diketahui memahami bagaimana langkah awal pencegahan stunting.

”Kalau ada masalah stunting memberikan arahan mengenai pemberian makanan kepada anak dan harus dipertemukan antara masyarakat tenaga kesehatan dan juga pemerintah desa supaya dapat langsung didampingi oleh petugas kesehatan” (Hasil wawancara dengan M3 usia 28 tahun, Desember 2023)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ada kesadaran dan pemahaman yang meningkat di kalangan masyarakat terkait pentingnya melaporkan kasus stunting kepada petugas kesehatan. Pemahaman mengenai pencegahan stunting dalam respons masyarakat antara M1, M2, dan M3 menunjukkan adanya kesuksesan dalam menyampaikan informasi dan program pencegahan stunting kepada masyarakat.

Partisipasi aktif masyarakat adalah kunci keberhasilan program pencegahan stunting dengan melaporkan kasus stunting kepada petugas, masyarakat dapat membantu dalam deteksi dini, intervensi, dan perawatan yang tepat bagi anak-anak yang terkena stunting. Respon masyarakat menunjukkan bahwa pesan-pesan dan informasi yang disampaikan oleh komunikator telah berhasil menjangkau masyarakat dan mendorong mereka untuk berperan serta aktif dalam upaya pencegahan stunting. Hal ini dibuktikan melalui partisipasi masyarakat yang semakin meningkat dalam program pencegahan stunting (Jelantik & Astraguna, 2023).

3.1.5 Efek Perubahan

Tujuan dari *social marketing* adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang suatu isu dan mengubah sikap serta perilaku mereka menjadi lebih positif. Efek yang diharapkan dari program percepatan penurunan stunting ini adalah masyarakat memahami tentang stunting dan dampaknya dan perubahan perilaku kesehatan menjadi lebih baik. Efek perubahan perilaku yang terjadi di masyarakat meliputi masyarakat menjadi paham tentang pencegahan stunting, masyarakat mau untuk merubah pola hidup sehat yang lebih baik, masyarakat saling mengingatkan satu sama lain tentang pemberian asupan gizi kepada anak, masyarakat saling memberikan informasi mengenai edukasi stunting ini.

“Untuk ibu hamil sekarang mulai paham bahwa gizinya yang baik akan menjadi ASI yang baik, kemudian untuk gizi yang baik juga tidak harus mahal itu bisa didapat dari sekitar kita misalnya seperti lele kemudian telur itu murah dan mudah didapat di sekitar kita” (Hasil wawancara dengan staf pencegahan stunting Daniel, 2023)

Menurut hasil wawancara tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat mulai meningkat dan juga mulai ikut berpartisipasi dalam program percepatan penurunan stunting. Masyarakat akan terus dipantau dan dievaluasi oleh petugas setempat guna melihat bagaimana pemahamannya dan merancang materi-materi berikutnya yang akan diberikan saat pendampingan atau sosialisasi, dan sebagai evaluasi efektivitas program yang diberikan

3.2 Pembahasan

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa *social marketing* yang dilakukan oleh Tim Pencegahan Stunting Dinas PPKBP3A menjadi kontribusi yang sangat penting terhadap program

percepatan pencegahan stunting dan perubahan perilaku masyarakat Kabupaten Wonogiri. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat program yang paling efektif yaitu program pendampingan secara langsung dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pencegahan stunting. Semua sektor dari program percepatan pencegahan stunting saling berkerjasama dan berhasil dalam merubah pola pikir dan perilaku masyarakat mengenai pencegahan stunting sehingga masyarakat ikut berpartisipasi aktif dalam mewujudkan *zero stunting*.

Elemen pemasaran sosial program percepatan penurunan stunting membantu peneliti untuk menganalisis perencanaan strategi komunikasi melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang terdiri dari :

3.2.1 Product

Bentuk produk berkaitan dengan ide atau sebuah gagasan tentang pencegahan stunting. Produk sosial program pencegahan stunting yang diberikan oleh Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri adalah program pendampingan dan sosialisasi berupa pesan informasi mengenai stunting untuk menciptakan pemahaman dan pengetahuan terkait stunting secara lebih efektif, mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat, serta mampu mengubah pola pikir dan pola perilaku hidup sehat lebih positif. Informasi ini meliputi pemahaman dasar mengenai apa itu stunting, bagaimana ciri-ciri anak beresiko stunting, edukasi pencegahan stunting, dan pendampingan penanganan stunting khususnya kepada keluarga yang memiliki anak beresiko stunting. Pendukung dari program pencegahan stunting terdiri dari penyediaan layanan kesehatan, pemantauan melalui posyandu balita dan batuta, pemberian bantuan yang dikoordinasikan dengan lintas sektor seperti koordinasi dengan Dinas Kesehatan untuk pemberian vitamin dan biskuit bernutrisi, koordinasi dengan Dinas Pekerjaan Umum untuk pemberian saluran air bersih dan sanitasi, koordinasi dengan Dinas Tenaga Kerja untuk pembuatan ruang menyusui di setiap tempat yang dibutuhkan, koordinasi dengan pihak berkaitan sebagai sumber informasi yang kredibel.

3.2.2 Price

Biaya yang ditanggung oleh masyarakat target untuk memperoleh informasi maupun pendampingan program pencegahan stunting adalah biaya non-moneter yang merupakan biaya-biaya seperti waktu, usaha, energi, resiko, perasaan tidak nyaman yang berhubungan dengan perilaku.

3.2.3 Place

Program pencegahan stunting dilaksanakan di balai RT, balai RW, balai Desa, balai Kecamatan. Pemilihan tempat pendistribusian produk program pencegahan stunting ini

bertujuan untuk dapat menjangkau masyarakat disetiap daerah. Dalam distribusi strategi distribusi bertujuan untuk memaksimalkan efektivitas seseorang memiliki dan memproses informasi dan mendapatkan produk nyata. Melalui *zero-level channel* yang berarti penyampaian pesan secara langsung dari Dinas PPKBP3A kepada masyarakat dan *one-level channel* merupakan penyampai pesan melalui perantara PKK, penyuluh KB, PLKB, TPK yang kemudian disampaikan kepada masyarakat.

3.2.4 Promotion

Sebelum program pencegahan stunting diberikan kepada masyarakat, perlu dilakukan persiapan meliputi analisis kebutuhan audiens disetiap daerah sebagai acuan menciptakan dan mengolah pesan. Isi pesan akan disesuaikan dengan bahasa dan budaya di lingkungan setempat serta penyesuaian bahasa dengan audiens, kemudian pesan dikemas untuk menjalankan komunikasi efektif yang akan mewujudkan perubahan perilaku masyarakat. Program yang diberikan tidak hanya sekedar memberikan pemahaman mengenai pencegahan stunting secara umum tetapi sekaligus memberikan pendampingan, mengajak masyarakat untuk berpartisipasi mewujudkan target *zero stunting*, dan diharapkan dapat mengubah pola perilaku hidup sehat di lingkungan masyarakat (de Onis & Branca, 2016).

Penyampaian pesan pencegahan stunting dalam bentuk pendampingan melalui pendekatan langsung dan sosialisasi program stunting yang diikuti oleh kelompok masyarakat. Promosi program pencegahan stunting juga dilaksanakan melalui saluran komunikasi tidak langsung secara satu arah seperti penyebaran poster dan spanduk yang berisikan mengenai stunting, penyebaran informasi melalui radio daerah, media hiburan masyarakat bertemakan pencegahan stunting dengan rasio waktu yang tidak ditentukan.

3.2.5 People

Pelaku yang terlibat dalam program percepatan pencegahan stunting adalah Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri bekerjasama mengkoordinasikan program melalui Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB), Pemberdaya Kesehatan Keluarga (PKK) melalui PLKB, lalu PLKB kepada lintas sektor untuk percepatan pencegahan stunting.

3.2.6 Process

Masyarakat memperoleh informasi program pencegahan stunting kemudian memahami melalui komunikasi dialogis dan melaksanakan sesuai arahan dari sumber pesan untuk melakukan pencegahan stunting.

3.2.7 Physical Evidence

Pendukung terlaksananya program yaitu peralatan saat disampaikannya program pencegahan stunting serta suasana ditempat tersebut.

Teori *social marketing* adalah suatu kerangka kerja yang membantu dalam merencanakan, merancang, menerapkan dan mengevaluasi kampanye sosial dengan berbagi informasi sebagai tujuan utamanya (Destrity, et al., 2023). Perencanaan kampanye sosial ini berdasar pada permasalahan stunting yang berada di Kabupaten Wonogiri. Kampanye sosial dirancang menjadi program percepatan pencegahan stunting yang akan diberikan kepada seluruh lapisan masyarakat di Kabupaten Wonogiri.

Rancangan kampanye sosial berkaitan dengan program percepatan penurunan stunting, dari segi perencanaan anggaran, perencanaan waktu pelaksanaan, perencanaan lokasi pelaksanaan, analisis kebutuhan masyarakat, dan perencanaan materi program yang kemudian dimotivasi untuk kelanjutan mengenai rancangan program. Tujuan perencanaan program percepatan penurunan stunting adalah mewujudkan *zero stunting* yang berarti tidak ada lagi kasus stunting yang muncul, merangkul masyarakat dalam bergerak bersama mencegah stunting di Kabupaten Wonogiri, menambah pengetahuan mengenai permasalahan stunting dan pencegahannya.

Implementasi kampanye sosial ini melalui komunikasi langsung secara dua arah yaitu dengan program pendampingan dan program sosialisasi yang dilakukan dengan rasio waktu 1 bulan sekali dan melalui komunikasi tidak secara satu arah seperti penyebaran informasi melalui radio, poster/spanduk, sarana hiburan masyarakat bertemakan stunting dengan rasio waktu yang tidak ditentukan. Penyampaian isi materi dari program percepatan penurunan stunting disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat agar masyarakat dengan mudah memahami materi-materi yang diberikan oleh sumber pesan (Qurrotua'yunin, 2020). Program percepatan penurunan stunting diterapkan di seluruh desa di Kabupaten Wonogiri dengan memanfaatkan program dari Dinas PPKBP3A dan program lainnya yaitu program pendampingan dan sosialisasi. Sehingga, masyarakat mudah untuk mendapatkan materi-materi dari program percepatan penurunan stunting yang telah dirancang serta koordinasi dengan berbagai lintas sektor untuk menunjang pelaksanaan program kedepannya.

Evaluasi dilakukan guna perbaikan pada penyampaian program dimasa yang akan datang sehingga akan terwujud tujuan pelaksanaan mengenai penyebaran informasi dan edukasi masyarakat tentang stunting yang lebih efektif dan bertanggung jawab (Astuti et al., 2021). Evaluasi kampanye sosial ini terus dilakukan berdasar pada target capaian program. Evaluasi program percepatan penurunan stunting dibahas pada rapat pertemuan Dinas PPKBP3A yang membahas mengenai bagaimana jalannya pelaksanaan program percepatan apakah sudah mencapai target capaian atau perlu adanya perbaikan pada pelaksanaan diwaktu yang akan datang.

Tujuan dari *social marketing* yang diberikan oleh Dinas PPKBP3A meliputi masyarakat mampu mengetahui tentang penyebab stunting dan dampaknya, mencegah anak terindikasi stunting, masyarakat mampu mempercayai bahwa anak terindikasi stunting karena pola asuh anak dan pola hidup sehat yang kurang baik. Sehingga dalam pemasaran sosial program percepatan penurunan stunting ini dibutuhkan perubahan yang terjadi pada masyarakat untuk mampu mewujudkan *zero stunting* yang merupakan target capaian program percepatan penurunan stunting di Kabupaten Wonogiri.

Dinas PPKBP3A melaksanakan *social marketing* dengan *mix marketing* 7P program percepatan penurunan stunting dengan benar yang ditunjukkan dalam hasil penelitian adanya perubahan pola perilaku masyarakat dan tingkat pemahaman masyarakat. Produk pemasaran sosial yang dirancang untuk memberikan pengetahuan mengenai stunting, akses makanan bergizi, edukasi gizi kepada ibu hamil dan menyusui, serta perbaikan sanitasi dan akses air bersih, dengan tujuan memastikan anak-anak tumbuh sehat dan mencapai potensi perkembangan optimal mereka. Biaya dan tempat pemasaran ditentukan untuk dapat menjangkau masyarakat di setiap daerah sehingga pemasaran dapat mencapai lapisan masyarakat. Promosi pemasaran program dipersiapkan dapat mencakup media-media saluran komunikasi untuk memastikan efektivitas pemasaran sampai pada target sasaran. Proses dan bukti fisik disediakan untuk membangun kepercayaan dan menunjang perubahan perilaku menjadi lebih positif dalam menghadapi masalah stunting.

Pihak Dinas PPKBP3A memasarkan produk program percepatan penurunan stunting melalui komponennya yaitu PKB/PLKB, TPS, koordinasi dengan TPPS dan koordinasi dengan lintas sektor. Sehingga terlibat pihak internal dan eksternal dalam pelaksanaan program tersebut. Pengolahan pesan dari sumber pesan disesuaikan dengan pemahaman masyarakat dan budaya yang ada di setiap daerah agar tidak terdapat permasalahan penyampaian pesan, pemahaman masyarakat awam, penyesuaian usia audiens yang dapat mempengaruhi diterima atau tidak diterima pesan yang disampaikan kepada audiens (Safitri & Mujahid, 2024). Permasalahan penyampaian pesan yang ada akan terus dipantau dan di evaluasi guna memperbaiki dan menambah kualitas program percepatan penurunan stunting. Penyampaian pesan dilakukan melalui saluran komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung sehingga dapat mempermudah dalam penyebarluasan informasi pencegahan stunting di Kabupaten Wonogiri. Saluran yang digunakan mampu mempengaruhi efektivitas komunikasi program kepada audiens (Oktaviani & Fatchiya, 2019). Pemilihan saluran pemasaran yang dilakukan dalam penelitian ini mengutamakan komunikasi secara langsung karena dalam komunikasi tatap muka secara dua arah juga digunakan sebagai pemantauan tingkat pengetahuan dan perilaku

masyarakat mengenai pencegahan stunting seperti pemberian akses diskusi terbuka dan sesi tanya jawab kepada masyarakat setelah penyampaian program pencegahan stunting saat pertemuan. Pertemuan tatap muka ini berlangsung dalam rasio waktu 1 bulan sekali di setiap daerah sehingga dapat dievaluasi di setiap pertemuan. Evaluasi penting dalam program komunikasi kesehatan, karena evaluasi merupakan proses memberikan informasi tentang sejauh mana pencapaian program kesehatan, perbedaan antara hasil yang dicapai dengan standar yang ditetapkan, serta manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan program tersebut untuk merumuskan alternatif keputusan untuk program selanjutnya (Mahdur & Sulistiadi, 2020).

Daripada itu, masih terdapat saluran yang belum digunakan secara efektif, yaitu media sosial seperti website Dinas PPKBP3A dan Instagram yang belum dikelola secara maksimal dalam pemasaran produk program pencegahan stunting. Diketahui bahwa media sosial website dan Instagram dari Dinas PPKBP3A hanya mengunggah kegiatan-kegiatan dari Dinas tersebut sehingga tidak efektif dalam penyampaian informasi program pencegahan stunting. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana menyebarkan informasi mengenai stunting dan dapat disesuaikan dengan tujuan strategi komunikasi. Media sosial dapat dijadikan sebagai media saluran *social marketing* dan memiliki jangkauan yang lebih luas apabila mampu dikelola secara maksimal karena merupakan media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial secara online yang penggunaanya mudah mendapatkan akses untuk berpartisipasi (Purbohastuti, 2017).

Implementasi *social marketing* yang diberikan dari Dinas PPKBP3A Wonogiri kepada masyarakat mampu mengembangkan pemahaman masyarakat dalam mencegah kasus balita stunting di lingkungannya. Melalui komunikasi seseorang akan mengalami perubahan sikap, terutama pada saat diberikan informasi baru atau fenomena tertentu (Habieb, 2017). Hal ini ditunjukkan dalam hasil penelitian bahwa masyarakat telah memahami pencegahan stunting dari mengubah pola hidup sehat, pengetahuan pemberian gizi yang cukup kepada ibu dan anak, melapor kepada petugas kesehatan agar diberi pendampingan, serta saling mendampingi satu sama lain apabila menemui kasus stunting di lingkungan terdekatnya.

Strategi komunikasi yang efektif merupakan komunikasi yang mencapai target efek/pengaruh yang diharapkan (Haroon & Malik, 2018). Efek dari *social marketing* Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri adalah masyarakat mampu memahami bagaimana kondisi anak beresiko stunting, pencegahan stunting, perubahan perilaku serta berpartisipasi dalam program pencegahan stunting. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa efek *social marketing* menjadikan pengaruh positif terhadap tujuan program percepatan pencegahan stunting di Kabupaten Wonogiri. Kasus stunting di Kabupaten Wonogiri mengalami penurunan dari tahun 2021 mencapai angka

14% sedangkan di tahun 2023 menurun menjadi 10,5% dan diharapkan di tahun 2024 dapat memenuhi target *zero stunting* yang diartikan tidak ada kasus stunting lagi yang muncul.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa strategi komunikasi *social marketing* yang dilakukan oleh Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPKBP3A) cukup efektif dalam mencapai tujuan perubahan tingkat pengetahuan dan perubahan perilaku masyarakat menjadi lebih positif. Ditunjukkan pada hasil penelitian program percepatan penurunan stunting memerlukan partisipasi masyarakat untuk mewujudkan penurunan stunting di Kabupaten Wonogiri. Faktor pengolahan pesan berpengaruh terhadap penerimaan program karena dalam pemasarannya melalui komunikasi dialogis sehingga perlu diperhatikan mengenai kepercayaan, sikap dan nilai dari produk program percepatan penurunan stunting. Upaya pencegahan stunting dari Dinas PPKBP3A di Kabupaten Wonogiri melalui program percepatan penurunan stunting meliputi pendampingan, sosialisasi melalui media komunikasi langsung dan tidak langsung, edukasi gizi, akses layanan kesehatan, monitoring dan evaluasi. Penelitian ini menemukan bahwa tidak semua masyarakat mudah menerima informasi yang disampaikan secara umum, tetapi juga membutuhkan pengolahan pesan untuk masyarakat awam.

4.2 Saran

Penelitian ini dapat menjadi literatur mengenai strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh Dinas PPKBP3A kepada masyarakat Kabupaten Wonogiri dalam pencegahan kasus stunting. Penelitian selanjutnya diharapkan memberikan pemahaman yang lebih terperinci tentang strategi komunikasi pencegahan stunting bagi seluruh lapisan masyarakat untuk membantu mencegah kasus stunting dan tercapainya target *zero stunting* di Indonesia. Sementara itu, Dinas PPKBP3A Kabupaten Wonogiri diharapkan mampu mengelola seluruh saluran komunikasi lebih optimal untuk memperluas penyebaran informasi kepada masyarakat dan mengevaluasi setiap kegiatan dalam program percepatan pencegahan stunting secara berkala untuk memastikan efektivitas komunikasi dengan masyarakat dan membantu meningkatkan mutu program percepatan pencegahan stunting di Kabupaten Wonogiri agar program terus berlanjut. Masyarakat Kabupaten Wonogiri diharapkan memanfaatkan informasi dan layanan kesehatan untuk pemantauan pertumbuhan serta perkembangan anak, selain itu menjaga kebersihan lingkungan dan sanitasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D., Nuryani, D. D., & Aryastuti, N. (2021). Evaluasi Program Promosi Kesehatan Rumah Sakit pada Masa Pandemi. *JOURNAL OF Qualitative Health Research & Case Studies Reports*, 1(1), 20–29. <https://doi.org/10.56922/quilt.v1i1.131>
- Astuty, S., Setyastuti, Y., Maulina, N., & Hanief, L. (2017). Analisis Fungsi Dan Peran Humas Dalam Upaya Implementasi Good Governance. *Jurnal of Communication Studies*, 2(1), 100–118.
- Bachruddin, A., Siraj, N., & Nurfalah, F. (2022). Strategi Komunikasi Pencegahan Stunting Melalui Progoram Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) di Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon. *Jurnal Signal*, 10(2), 177–361.
- BPMI Setpres. (2021, Januari 28). *Presiden: BKKBN Pegang Kendali Pencegahan “Stunting”*. Retrieved from Presiden Republik Indonesia: <https://www.presidenri.go.id/>
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2008). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (S. Yagan (ed.); 11th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design* (4 ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- de Onis, M., & Branca, F. (2016). Childhood stunting: A global perspective. *Maternal and Child Nutrition*, 12, 12–26. <https://doi.org/10.1111/mcn.12231>
- Destrity, N., Oktaviani, F., Avina, D., Illahi, A., Tamitiadini, D., Avicenna, F., & Syaumi, W. (2023). In *Social Marketing: Teori dan Praktik di Indonesia* (p. 255). Malang: UB Press.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Egayanti, Y., Yuniarti, P., Harjanto, S., & Maseng, S. (2018). Prosiding WNPG XI, Bidang 3, Peningkatan Penjaminan Kemanan dan Mutu Pangan. In Y. Egayanti (Ed.), *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*. Direktorat Standardisasi Pangan Olahan Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Habieb, A. (2017). The Influence of K-POP IN Indonesian's Student Behavior. *International Journal of Management and Applied Science*(3). Retrieved from <http://iraj.in>
- Hasan, E. (2005). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Haron, H., & Malik, H. D. (2018). The Impact of Organizational Communication on Organizational Performance. *Journal of Research in Social Sciences*, 6(2), 140–152. <https://search.proquest.com/openview/fb2cf0d250bb9f36fb0dc0bc7e704fe6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2030756>
- Jelantik, S. K., & Astraguna, W. (2023). Analisa Proses Komunikasi Pariwisata Berbasis Moderasi Beragama Di Desa Wisata Sade Lombok Tengah. *Paryatka : Jurnal Pariwisata Budaya Dan Keagamaan*, 1(2), 75–83. <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id>
- Lahtinen, V., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2020). Long live the marketing mix. Testing the effectiveness of the commercial marketing mix in a social marketing context. *Journal of Social Marketing*, 10(3), 357–375. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-10-2018-0122>
- Lestari, E. A., & Fahrurnisa, F. (2023). Proses Komunikasi Dalam Pemberdayaan Kelompok Perempuan Penenun Di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir (Studi Komunikasi Menggunakan Teori SMCR). *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*, 1(3), 106–116. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v1i3.21>
- Lubis, F. H., Pahlevi Hidayat, F., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 2021(1), 1039–1045.
- Mahdur, R. R., & Sulistiadi, W. (2020). Evaluasi Program Pos Pembinaan Terpadu Penyakit Tidak Menular (Posbindu PTM). *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(1), 43–48.

- <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i1.55>
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23. <https://doi.org/10.26458/jedep.v7i1.571>
- Okaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Oktavilantika, D. M., Suzana, D., & Damhuri, T. A. (2023). Literature Review : Promosi Kesehatan dan Model Teori Perubahan Perilaku Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1480–1494.
- Permadi, D., & Habibullah, A. (2022). Strategi Komunikasi Humas Bnn Dalam Memberikan Informasi Kepada Publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 150–162. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1901>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Qurrotua'yunin, I. C. (2020). Implementasi Community-Based Social Marketing dalam Pengelolaan Sampah Mandiri Masyarakat Kota Surabaya (Studi pada Masyarakat Kecamatan Jambangan Kota Surabaya). *Commercium*, 02(02), 125–128.
- Rahardjo. (2010). Jenis dan Metode Penelitian Kualitatif. *Tersedia secara online di: <http://mudjiarahardjo.com/materi-kuliah/215-jenis-dan-metode-penelitian-kualitatif.html>*.
- Safitri, B., & Mujahid, N. S. (2024). Komunikasi Efektif dalam Organisasi. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(3), 309–316. <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i3.318>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, D. (2022, Agustus 26). *Mengenal Apa Itu Stunting*. Retrieved from Kemenkes Direktorat Jendral Pelayanan Kesehatan: https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1388/mengenal-apa-itu-stunting
- Umrah, A. S., Dahlan, A. K., & Patmahwati. (2022). Efektivitas Komunikasi Efektif Terhadap Peningkatan Asupan Makronutrien Pada Balita Stunting. *Jurnal Voice of Midwifery*, 12(2), 84–94.
- Wanto, A. H. (2018). Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(1), 39. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n1.p39-43>
- Zikri, M., & Simon, J. (2020). Peran Humas dalam Membentuk Citra Positif pada Pemerintah Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 3(1), 80–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/jnm.v3i1.868>
- Wonogiri, A.-P. K. (2023, January 26). *Cegah Stunting, Pemkab Wonogiri Sasar Remaja Putri dan Ibu Hamil*. Retrieved from Pemerintah Kabupaten Wonogiri: <https://wonogirikab.go.id/>