

Analisis Pesan Persuasif dalam Kampanye Pencegahan *Stunting*

<https://doi.org/10.25008/caraka.v5i1.105>

KETRYN ANNISA PANGESTIKA

VINISA NURUL AISYAH

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta - Indonesia

ABSTRACT

This research aims to describe how persuasive messages are in the stunting prevention campaign from the Colomadu 2 health center, which is under the auspices of the Health Service in Karanganyar Regency in preventing, handling and providing education regarding stunting. This research uses the Elaboration Likelihood Model theory, which was developed by Richrad Petty and John Cacioppo. This type of research is descriptive qualitative. Data collection methods in this research used interviews and observation. The paradigm in this research is constructivist. Furthermore, the analysis technique used is triangulation by testing the validity of source triangulation. The results of the research show that the central route uses research through the EPPGBN application as a basis for preparing stunting socialization material from the Colomadu 2 health center. Furthermore, the efforts of the Colomadu 2 health center are through campaign outreach to prevent stunting which can form community bonds through discussion and active community participation. The peripheral route uses banners as a means of conveying messages through visual media and providing information to the wider community to be aware of stunting prevention. Then the banner contains a cartoon image, the dominant colors are blue and white on the banner, and a persuasive message regarding the definition of stunting and prevention of stunting which is solid in nature. Furthermore, there is an activity to cook nutritious food to increase the community's ability to prevent stunting. On the peripheral route, it is also about the credibility of communicators who have expertise in their field to grow audience trust and to be heard more by the public.

Keywords: Campaign, Elaboration Likelihood Model, Persuasive Message, Stunting.

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana pesan persuasif kampanye pencegahan *stunting* di Puskesmas Colomadu 2 melakukan pencegahan, penanganan, serta penyuluhan mengenai *stunting*. Teori yang digunakan adalah Elaboration Likelihood Model yang dikembangkan oleh Richrad Petty dan John Cacioppo. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Paradigma penelitiannya adalah konstruktivistik. Teknik analisis yang digunakan adalah triangulasi dengan uji validitas triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan *central route* menggunakan riset melalui aplikasi EPPGBN dijadikan sebagai landasan penyusunan materi sosialisasi *stunting* di Puskesmas Colomadu 2. Selanjutnya, upaya Puskesmas Colomadu 2 melalui sosialisasi kampanye dalam pencegahan *stunting* yang dapat membentuk ikatan warga melalui diskusi dan partisipasi aktif masyarakat. *Peripheral route* menggunakan spanduk sebagai sarana penyampaian pesan melalui media visual dan memberi informasi kepada masyarakat luas tentang sadar pencegahan *stunting*. Kemudian dalam spanduk berisi gambar kartun, warna dominan biru dan putih pada spanduk, dan pesan persuasif mengenai definisi *stunting* serta pencegahan *stunting* yang bersifat padat. Selanjutnya kegiatan masak makanan bergizi untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam pencegahan stunting. Pada jalur *peripheral route* juga mengenai kredibilitas dari komunikator yang memiliki keahlian pada bidangnya untuk menumbuhkan kepercayaan audiens dan agar lebih didengar oleh masyarakat.

Kata Kunci: Elaboration Likelihood Model, Kampanye, Pesan Persuasif, Stunting

Author's email correspondent: 100200148@student.ums.ac.id
The author declares that she/he has no conflict of interest in the research and publication of this manuscript
Copyright © 2024 (Ketryn Annisa Pangestika, Vinisa Nurul Aisyah) Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Available at http://caraka.web.id
Submitted: June 4, 2024; Revised: June 10, 2024; Accepted: June 19, 2024

PENDAHULUAN

Stunting adalah suatu permasalahan kurangnya gizi kronis yang terjadi karena asupan gizi dalam kurun waktu tertentu tidak terpenuhi, sehingga mengakibatkan gangguan pada pertumbuhan anak, yaitu badan lebih pendek atau kerdil dari standar usianya (Laili & Andriani, 2019). Pada anak *stunting* memiliki resiko terkena penyakit tidak menular, misalnya obesitas dan penyakit jantung pada saat anak tersebut dewasa (Mulyadi et al., 2022).

Persentase *stunting* di Indonesia lebih tinggi dibanding dengan negara Asia Tenggara lainnya. Hal ini berkaitan dengan kemiskinan yang ada, umumnya karena asupan gizi yang tidak terpenuhi. Data dari Status Gizi Indonesia (SSGI) Kementerian Kesehatan memaparkan 24,4% angka *stunting* mengalami penurunan dibanding tahun 2018 yaitu 30,8% (SSGI, 2021).

Angka *stunting* di Kabupaten Karanganyar tahun 2018 sebesar 15,8%. Kemudian terjadi penurunan pada tahun 2019 dan 2020, pada tahun 2019 menjadi 6,33% dan 2020 turun menjadi 5,86. Selanjutnya dari hasil riset angka *stunting* pada tahun 2021 turun mencapai angka 4,48%.

Angka *stunting* di daerah Colomadu yang tertera pada data *stunting* di Puskesmas Colomadu 2 yang menaungi 5 desa yaitu Tohudan, Gedongan, Klodran, Baturan, Blulukan terdapat 53 anak pada Februari dan 39 anak pada Agustus 2022. Penulis melakukan observasi di Puskesmas Colomadu 2, bahwa balita yang terkena *stunting* menurut data Puskesmas Colomadu 2 adalah kalangan balita. Jika umur seorang anak sudah lebih dari 5 tahun sudah tidak masuk data *stunting* balita di puskesmas tersebut.

Pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 72 Tahun 2021 mengenai percepatan penurunan *stunting*. Hal ini sebagai strategi nasional dalam penanganan dan penanggulangan *stunting* di Indonesia. Sebagian daerah prevalensi sudah berada di bawah 20%. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) pada tahun 2024, ditargetkan Indonesia berhasil mencapai target *stunting* 14%. Percepatan penurunan *stunting* ini dilakukan dengan pembentukan tim percepatan penurunan *stunting* di setiap daerah untuk pengarahannya dan pelaksanaan program penyuluhan untuk mencapai tujuan yang ditargetkan.

Dalam pelaksanaan program penyuluhan, komunikasi kesehatan berperan untuk memberikan informasi kebijakan kesehatan, upaya pencegahan suatu penyakit, dan untuk meningkatkan kesadaran mengenai permasalahan kesehatan, resiko dan solusi kesehatan dengan mempertimbangkan ilmu pengetahuan dan etika dalam penyampaianannya (Rahmadiana, 2012). Komunikasi kesehatan dapat dilakukan dengan pemasaran sosial untuk memberi informasi dan mempersuasi untuk merubah perilaku menjadi lebih positif. Kemudian, memanfaatkan media untuk menyebarluaskan informasi dan dengan pendampingan kepada suatu kelompok atau media massa untuk mengenalkan suatu kebijakan dan program (Mukti et al., 2022).

Komunikasi kesehatan dapat dilakukan dengan cara kampanye (Pratiwi, 2019). Kampanye adalah kegiatan yang dilaksanakan melalui serangkaian, diantaranya mengkaji suatu masalah, perencanaan, dan evaluasi (Mughtar et al., 2016). Kampanye bersifat umum dapat diselenggarakan untuk semua topik dan media, dengan menggunakan kerangka

sistematis dan prinsip strategis. Langkah awal dalam pembentukan kampanye dengan menganalisis situasi dan menetapkan tujuan yang mengarah pada pengembangan serangkaian strategi dan mengimplementasikan kampanye dengan membuat pesan informasional dan persuasif kemudian disebarluaskan melalui suatu media (Lubis, 2022).

Dengan adanya hal tersebut, upaya yang informatif dan persuasif melalui komunikasi adalah upaya untuk menekan angka *stunting* di Indonesia untuk memahami, mengatasi, dan mencegah *stunting* (Turnip, 2018). Komunikasi persuasif yang dilakukan bersifat mempengaruhi dan membujuk penerima pesan dengan harapan dapat bertindak sesuai dengan yang diharapkan komunikator (Putri, 2016). Upaya penanggulangan yang dijalankan dapat berjalan dengan baik jika terciptanya komunikasi yang efektif (Rakhmaniar, 2021).

Cara berkomunikasi untuk menyampaikan pesan pada masyarakat adalah melalui komunikasi persuasif. Tindakan membujuk orang lain dengan melibatkan sisi psikologis komunikasi sedemikian rupa sehingga komunikasi secara sadar bertindak atas pilihan bebasnya sendiri disebut sebagai komunikasi persuasif (Alam, 2020). Komunikasi persuasif adalah penggunaan terapi psikologis untuk mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga seseorang akan berperilaku sesuai dengan kehendaknya sendiri (Zain, 2017).

Dalam penelitian terbaru ini berpedoman pada penelitian sebelumnya dengan subjek penelitian dalam kasus ini adalah masyarakat di Desa Tilang, Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut dijadikan pedoman penelitian terbaru ini, sebab memiliki persamaan dalam jenis penelitian dan metode yang digunakan untuk menggambarkan dan memahami fenomena kampanye mencegah *stunting*. Dalam penelitian terdahulu ini, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus (Rahayu et al., 2022).

Penelitian yang digunakan untuk rujukan penelitian ini adalah penelitian *literature review* pada artikel dengan menggunakan tiga jenis *database* yaitu *pubmed*, *proquest*, *google scholar*, dan sumber lain yang sesuai dengan topik permasalahan *stunting* dan komunikasi interpersonal dari WHO dan Kementerian Kesehatan. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk narasi. Dalam penelitian ini memiliki persamaan yaitu untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam kampanye *stunting* (Rahayu et al., 2022).

Peneliti juga merujuk pada penelitian terdahulu *Interpersonal Communication Strategy (ICS) in Overcoming Stunting: A Review* dengan subjek penelitian adalah Dinas Kesehatan Kabupaten Karimun. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara tidak terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi.

Selain itu, menggunakan analisis data dengan metode analisis data kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi dari Dinas Kesehatan Karimun dalam penanganan dan pencegahan *stunting* di Desa Pongkar (Bedasari et al., 2022).

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis komunikasi persuasif dalam kampanye pencegahan *stunting* Dinas Kesehatan Kabupaten Karanganyar yang dilakukan oleh petugas kesehatan dari Puskesmas Colomadu kepada masyarakat Colomadu. Puskesmas Colomadu melakukan penyuluhan yang terfokus untuk kader dan balita. Program tersebut merupakan program tahunan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dari suatu desa yang dinaungi. Dalam pelaksanaannya, penyuluhan *stunting* untuk balita pada bulan Februari, Maret, Mei, Juni, dan Juli di tahun 2022.

Selain itu, penyuluhan untuk kader dilaksanakan dua kali pada Februari dan Juni. Program ini dilaksanakan di aula Puskesmas Colomadu dan dilakukan oleh dokter, penanggung jawab bidang koordinasi, dan penanggung jawab gizi di Puskesmas Colomadu. Pelaksanaan program ini dilakukan oleh pihak yang berwenang dan ahli *stunting*, sehingga pesan yang disampaikan oleh petugas sesuai dengan kondisi di daerah Colomadu.

Colomadu merupakan salah satu desa di Kabupaten Karanganyar. Desa Colomadu dijadikan objek penelitian dikarenakan tergolong wilayah yang rentan *stunting* dan wilayah yang berhasil menurunkan angka *stunting*, sehingga pesan persuasif yang dilakukan untuk pencegahan dan penanganan *stunting* patut diperhatikan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data dengan wawancara tidak terstruktur dan observasi. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah petugas kesehatan dari Puskesmas Colomadu 2 dan masyarakat Colomadu untuk validitas data.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori Elaboration Likelihood Model, yang dikembangkan oleh Richrad E. Petty dan John T. Cacioppo.

KERANGKA TEORI

Pesan Persuasif dalam Komunikasi Kesehatan Kampanye Pencegahan Stunting

Pesan persuasif merupakan usaha yang dilakukan oleh komunikator untuk mengubah pola pikir dan tindakan sesuai dengan informasi yang disampaikan (Nahdiah et al., 2021). Pesan yang disampaikan menggunakan bahasa sehari-hari, personal, dan bersifat informatif, menarik, serta detail (Ratnasari et al., 2020). Selain hal tersebut, pesan disesuaikan dengan kepercayaan dari masyarakat karena pesan yang disampaikan harus sesuai dengan tujuan dan tema dari kampanye serta kepercayaan yang diyakini oleh masyarakat (Basri, 2016).

Dalam kampanye *stunting*, pesan utama yang perlu disampaikan adalah mengenai definisi dan pencegahan *stunting* dengan menyesuaikan keadaan daerah masing-masing. Kemudian disampaikan dengan menggunakan pesan yang padat dan mudah dipahami (Azahra et al., 2023). Kampanye *stunting* dilaksanakan dengan sosialisasi yang bertujuan untuk mewujudkan kesadaran atas *stunting* baik pada ibu hamil dan masyarakat yang mempunyai balita dengan informasi yang disampaikan mengenai *stunting*, peningkatan gizi, kebersihan dan risiko *stunting* (Darmansyah & Yusran, 2024).

Komunikasi kesehatan adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan untuk mempengaruhi proses pengambilan suatu keputusan dalam pengembangan dan penanganan mengenai kesehatan baik individu dan kelompok, dengan menginformasikan pesan kesehatan kepada khalayak untuk menciptakan pemahaman, motivasi, dan mengubah sikap sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Rahmadiana, 2012). Komunikasi kesehatan diperlukan untuk memahami cara penanganan kesehatan masyarakat (Paramasari & Nugroho, 2021).

Tujuan dalam komunikasi kesehatan yaitu terciptanya perbincangan mengenai isu kesehatan dan aspek-aspek yang mempengaruhi perbincangan spesifik mengenai kesehatan tersebut yang terjadi antarpakar kesehatan dengan pakar kesehatan, antarpakar kesehatan dengan pasien, serta antarpasien dengan keluarga pasien. Kemudian komunikasi kesehatan terdiri dari komunikasi kesehatan dengan pasien, pihak keluarga, dan untuk masyarakat (Rakhmaniar, 2021).

Komunikasi kesehatan yang banyak dilakukan adalah kampanye di media massa maupun dalam suatu forum yang menghadirkan massa (Fauzi & Nurislamiah, 2022). Salah satunya yaitu kampanye *stunting* yang dilaksanakan dengan sosialisasi tatap muka. Kampanye

ini, berisi penyampaian materi mengenai *stunting* dari komunikator yang memiliki keahlian pada bidangnya (Mulyadi et al., 2022).

Faktor keberhasilan suatu komunikasi terletak pada orang yang menyampaikan pesan atau komunikator. Komunikator harus memahami pesan yang disampaikan kepada penerima pesan. Jika komunikator menguasai dan memahami, maka komunikator harus mendorong penerima pesan untuk tetap terjalin dalam komunikasi, kemudian komunikator akan memberi motivasi untuk bertindak sesuai dengan tujuan komunikasi tersebut dilakukan (Paramasari & Nugroho, 2021).

Theory Elaboration Likelihood Model

Elaboration likelihood model (ELM) menjelaskan mengenai perubahan sikap yang disebabkan oleh pesan persuasif. ELM menjelaskan mengenai proses dalam menerima pesan persuasif dalam pengendalian diri oleh kemampuan elaborasi atau pengadopsian informasi ke informasi lainnya yang kemudian dapat disimpulkan menjadi suatu konsep ilmu pengetahuan dan keterampilan (Petty & Cacioppo, 1986).

Seorang individu yang memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menghasilkan pesan dan informasi untuk perubahan sikap disebabkan oleh pesan persuasif yang efektif. Hal ini, mengacu pada upaya yang dilakukan untuk evaluasi orang, objek, atau masalah dengan penyajian informasi pesan. Kemudian, adanya perubahan sikap diharapkan dari pesan persuasif tersebut. Perubahan tersebut mengenai sikap yang dapat menguntungkan, tidak menguntungkan, atau netral dari seseorang, objek, atau masalah (Petty & Cacioppo, 1986).

ELM menjelaskan bahwa dalam penyajian informasi terdapat pemrosesan informasi dengan jalur sentral dan jalur periferal. Penggunaan jalur ini tergantung pada pesan yang diterima oleh individu. Pada pemrosesan informasi jalur sentral mempertimbangkan kecermatan dan kredibilitas pesan sehingga kemungkinan besar persuasif terjadi. Sedangkan dalam jalur periferal, persuasif dapat terjadi dengan mempertimbangkan isyarat sederhana dalam informasi (Petty & Cacioppo, 1986).

Jalur penerimaan pesan *central route* merupakan jalur pengolahan pesan dengan penuh pertimbangan dan pemikiran kritis oleh komunikator. Berdasarkan hal tersebut, pertimbangan yang dilakukan mencakup kualitas informasi dan manfaatnya. Kemudian komunikator akan melakukan pertimbangan mengenai keuntungan dan kerugian dari informasi yang diterima. Oleh karena itu, komunikator akan menggunakan penerimaan pesan *central route* apabila komunikator merasa termotivasi atas pengolahan pesan yang dilakukan. Pada dasarnya perubahan sikap dari komunikator dari pengolahan informasi dalam penggunaan *central route* ini bersifat jangka panjang (Petty & Cacioppo, 1986).

Peripheral route adalah jalur yang menekankan pada kredibilitas dari komunikator, daya tarik pesan, dan aspek lain yang tidak memerlukan pikiran yang kritis. Pada jalur ini seseorang dapat terpengaruh dari aspek yang lebih sederhana daripada *central route*. Kemudian komunikator tidak terlalu melakukan pertimbangan mengenai informasi yang diterima sehingga dapat mempengaruhi perubahan dalam jangka waktu pendek (Petty & Cacioppo, 1986).

Dalam penerimaan pesan perubahan sikap dipengaruhi oleh motivasi dan kemampuan pengolahan pesan itu sendiri. Namun perubahan sikap ideal adalah perubahan yang dikarenakan dari proses penerimaan pesan secara *central route* (Petty & Cacioppo, 1986). Pesan menjadi faktor yang penting dalam proses elaborasi pesan, sehingga kualitas pesan menjadi penting dalam proses mempersuasi komunikator dan perlu adanya pengolahan pesan yang baik. Namun, tidak semua pesan persuasif yang berkualitas akan menciptakan perubahan sikap pada komunikator.

Elaboration likelihood dari Petty dan Cacioppo, 1986 kemampuan persuasi menjadi faktor penting dalam komunikasi persuasif di mana kemampuan tersebut berguna untuk merubah cara berfikir, sikap menerima pesan, dan kepercayaan. Selain itu, kemampuan komunikator untuk mempersuasi setara dengan kualitas informasi yang disampaikan oleh komunikator (Aisyah, 2020).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini biasanya dijumpai dengan pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan secara bersamaan dengan data yang bersifat logis. Kemudian menghasilkan ringkasan deskriptif sesuatu data yang didapatkan yang dapat menggambarkan suatu keadaan atau peristiwa sehingga dapat disajikan dengan relevan (Muchtar et al., 2019).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik untuk meninjau keadaan sosial dengan menggunakan ilmu sosial dan analisis yang sistematis mengenai berbagai tindakan sosial. Paradigma itu digunakan untuk mengartikan interaksi sosial dalam menciptakan atau mengelola lingkup sosial mereka itu sendiri. Paradigma ini dilakukan melalui observasi langsung terhadap interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari yang bersifat alamiah (Haryono, 2020). Data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara kepada dokter dan petugas kesehatan di Puskesmas Colomadu. Kemudian, didukung data sekunder yaitu *library research*.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis triangulasi. Peneliti melakukan pemeriksaan ulang data dari informasi yang telah didapatkan. Kemudian uji validitas triangulasi sumber digunakan untuk memaksimalkan kepercayaan dengan melakukan eksplorasi untuk memvalidasi kebenaran suatu data untuk menghasilkan sebuah kesimpulan (Komariah, 2017).

Analisis data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Kemudian dilakukan reduksi data yang dianggap penting untuk dipaparkan dalam hasil penelitian secara deskriptif dan sistematis. Lalu, peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari data yang didapat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada pengamatan dan hasil wawancara kepada informan penelitian mengenai bagaimana pesan persuasif dalam kampanye pencegahan *stunting* di Puskesmas Colomadu 2. Peneliti menjabarkan hasil pengamatan dan wawancara terkait Pesan Persuasif Kampanye Pencegahan *Stunting*, Pesan dalam Jalur Sentral, dan Pesan Jalur *Peripheral*.

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara pada Ahli Gizi sebagai pihak komunikator yaitu Tri Wibowo Anang Setya Budi dan Rumlinda sebagai perwakilan dari Puskesmas Colomadu dan salah satu warga yang aktif dalam kegiatan penyuluhan yakni Winarni.

Kampanye merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator (pembuat pesan) kepada khalayak (penerima pesan) dengan target keberhasilan diukur melalui tingkat pemahaman penerima pesan. Proses kampanye harus dilaksanakan dengan strategi pesan yang sesuai dan tepat supaya penyelenggaraan kampanye berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Ratnasari et al., 2020).

Di Puskesmas Colomadu 2 pelaksanaan kegiatan kampanye pencegahan dilaksanakan secara *offline* dan *online*. Kegiatan *offline* yang dilaksanakan sangat bervariasi dan melakukan kerjasama dengan lintas sektor untuk mendukung keberhasilan pencegahan *stunting*. Puskesmas Colomadu 2 menerangkan, kegiatan secara *offline* dianggap lebih efektif jika

dibandingkan dengan kegiatan *online*. Kegiatan kesehatan yang berhadapan dengan masyarakat dan pelayanan kesehatan harus dilakukan secara *offline* atau langsung.

“Jadi untuk kegiatan offline kita ada banyak sekali kegiatan yang dilakukan bekerja sama dengan lintas program dan lintas sektor. Jarang sekali kita lakukan kegiatan yang sifatnya online kecuali dulu saat covid, kita untuk koordinasi memakai online tetapi sekarang sudah offline, jadi lebih ke lurungnya kegiatan langsung itu lebih banyak. Terutama untuk koordinasi ada hybrid kadang online kadang offline” (Anang, 2023).

“Kalau untuk kegiatan itu sangat banyak, kegiatan diluar gizi di promkes (Promosi Kesehatan) dan kegiatan yang dikoordinasi oleh bidan. Dan gizi itu ada kegiatan yang didanai dan ada yang tidak didanai. Kegiatan yang didanai itu ada pertemuan kelas kader pendamping, kelas ibu hamil dan banyak lagi” (Linda, 2023).

Kegiatan kesehatan di Puskesmas Colomadu 2 yang dilaksanakan secara offline yaitu kegiatan Promosi Kesehatan, Kelas Balita, Posyandu dan sebagainya. Kegiatan kesehatan yang dilakukan menurut Linda, kegiatan pencegahan *stunting* bukan semata-mata pada saat balita, namun dimulai dari remaja bahkan sudah menikah hingga memiliki balita. Selain kegiatan *offline*, kegiatan kesehatan juga dilaksanakan secara *online*.

Kegiatan online tersebut merupakan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan situasi dan kondisi yang tidak memungkinkan untuk melakukan kegiatan secara *offline*, selain itu kegiatan ini juga digunakan untuk melakukan koordinasi untuk efektivitas kegiatan. Kegiatan yang dilakukan secara *online* adalah proses pengunggahan, pelaporan, dan pemantauan data balita berbasis *online* yang dapat diakses masyarakat dengan mudah melalui aplikasi yang diluncurkan oleh Kementerian Kesehatan Pusat yaitu aplikasi E-PPGBM.

“Kalau online, selain koordinasi itu ada kegiatan pencatatan pelaporan berbasis masyarakat melalui EPPGBN, jadi aplikasi elektronik pencatatan pelaporan berbasis masyarakat, itu aplikasi yang diluncurkan oleh kementerian pusat yang digunakan untuk surveylearn kegiatan gizi terutama penanganan *stunting*” (Anang, 2023). “Kalau online cuma entry lewat aplikasi itu aja” (Linda, 2023)

Kampanye pencegahan *stunting* yang dilaksanakan oleh Puskesmas Colomadu 2 dilakukan atas dukungan dari beberapa pihak, yaitu pemerintah. Tim pencegahan *stunting* melakukan komunikasi koordinasi untuk menjalin kerjasama lintas sektor untuk mendukung keberhasilan dari pencegahan dan penanganan *stunting*. Dinas yang terlibat yaitu Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, Dinas Sosial, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, Dinas Sosial, BPJS, Kementerian Agama dan lain sebagainya. Dalam hubungan kerjasama ini fokus pembahasan yang dilaksanakan adalah mengenai permasalahan *stunting* karena menjadi program nasional dan prioritas, serta koordinasi dan kerjasama. Hal ini dilaksanakan secara rutin dan bersifat formal. Selain itu, tim pencegahan *stunting* juga melakukan kerjasama dengan perangkat desa seperti RT dan sekolah-sekolah mulai dari SD, SMP, dan SMA.

“Jadi kita sebelum ada kegiatan turun ke masyarakat secara langsung ada kegiatan bersifat komunikasi koordinasi (Komkor), ini selain tadi via *online* juga *offline*, berupa pertemuan koordinasi untuk rembuk *stunting* yang membahas penanganan *stunting* atau penurunan *stunting* di wilayah Colomadu. Selain itu, kita juga mengaktifkan koordinasi di luar jadwal kita, jadi kita bisa *nebang*, bisa *nunut* atau nitip pesan maupun informasi melalui forum-forum” (Anang, 2023).

Dalam proses pencegahan *stunting*, tim pencegahan melakukan pendekatan ke masyarakat dengan berbagai kegiatan. Hal ini dilakukan supaya terciptanya efektivitas program dalam pencegahan *stunting*. Selain itu, agar audiens dengan mudah memahami pesan dari kampanye pencegahan *stunting* baik pemahaman mengenai *stunting*, penyebab dan akibat. Serta dengan harapan orang tua/wali lebih memperhatikan mengenai kesehatan balita khususnya dalam pencegahan dan dampak dari *stunting*.

Dalam hal ini, tim pencegahan *stunting* melaksanakan dengan rutin kegiatan yang dilakukan untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat. Kegiatan tersebut bersifat formal yaitu kegiatan koordinasi, penyuluhan dan kegiatan di luar yang telah dijadwalkan seperti PKK dan pertemuan kader. Dalam kegiatan ini berfokus pada penyampaian pesan mengenai *stunting*, pelaporan dan pencatatan kesehatan balita.

“Dengan cara penyuluhan, ada kegiatan-kegiatan yang diluar dari puskesmas, contohnya kaya pertemuan kader di perumahan itu kita menyelipkan sedikit tentang *stunting*” (Linda,2023).

Pengalaman kampanye yang pernah dilakukan, yang paling sulit dilakukan adalah kampanye mengubah pola perilaku dan menyadarkan masyarakat. Misalnya perilaku terkait dengan pola asuh dan pola makan, meskipun sudah memberikan edukasi secara rutin, belum tentu bisa merubah kebiasaan tersebut. Dibuktikan pada saat evaluasi berikutnya saat konsultasi ulang apakah pesan-pesan kesehatan dan gizi sudah dilakukan atau belum, dapat disimpulkan bahwa merubah perilaku itu sulit.

Kemudian terdapat beberapa kendala unsur nabati dan hewani yang disebabkan oleh faktor ekonomi. Karena tidak semua masyarakat miskin mendapat bantuan dan belum tentu bisa mencukupi kebutuhan hidupnya. Bahan-bahan untuk pemenuh gizi tidak semuanya murah. Sering dijumpai masyarakat memberi makan anaknya tanpa gizi yang mencukupi.

“Meskipun kita sudah memberi edukasi secara rutin, kadang belum tentu merubah kebiasaan, untuk merubah perilaku itu tidak mudah, apalagi tidak ada dukungan dana” (Anang, 2023).

“Kalau kegiatan kampanye pencegahan *stunting* itu tidak sulit, yang sulit itu menyadarkannya” (Linda, 2023).

Kampanye yang paling berhasil adalah saat pandemi Covid-19, kampanye mencuci tangan menggunakan air mengalir dan sabun. Kampanye ini mudah dan sederhana untuk dilakukan oleh masyarakat. Adanya kampanye ini menurunkan kasus diare pada anak, karena penyakit diare dapat mempengaruhi status gizi anak, jika kasus diare ini terjadi secara berkepanjangan akan menyebabkan penyakit diare kronis dan menghambat tinggi badan anak, sehingga status gizi anak akan terpengaruhi.

Dalam gerakan pencegahan ini dibutuhkan komitmen, peran, dan kontribusi kepada kerjasama lintas sektor dan program serta masyarakat. Jika dari masyarakat tidak ada partisipasi dan kerjasama yang baik dengan kesehatan akan sulit menuntaskan *stunting*. Misalnya dari pihak tim sudah sering melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk melakukan penimbangan berat badan anak secara rutin di posyandu, tetapi masih ada orang tua yang beralasan tidak memiliki waktu padahal tidak harus di posyandu untuk menimbang berat badan. Sehingga perlu adanya kesadaran masyarakat. Kemudian

tantangan terkait dengan kerjasama lintas sektor dan program perlu adanya komitmen dan semangat karena membutuhkan waktu panjang.

“Jadi untuk pencegahan dan penurunan *stunting* dibutuhkan komitmen lintas program, lintas sektor, dan dari masyarakat sendiri” (Anang, 2023).

Kampanye pencegahan *stunting* menggunakan sebuah riset sebelum implementasinya, di mana riset ini berasal dari hasil *survey* gizi. Riset ini berguna untuk tim pencegahan untuk mengetahui jumlah *stunting* dan bisa memaparkan kepada masyarakat karena sudah menjadi meningkatkan kepercayaan dan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada masyarakat, sehingga harus disampaikan progresnya. Kemudian juga disampaikan pada saat rapat setiap beberapa bulan sekali, di mana semua petugas gizi se Kabupaten Karanganyar dikumpulkan untuk koordinasi, diskusi, dan rapat kegiatan terupdate tentang *stunting*.

“Kami sendiri, menggunakan istilah yang sederhana dengan memanfaatkan dari hasil *survey learn* gizi, yang dikomunikasikan melalui pertemuan” (Anang, 2023).

“Iya menggunakan riset, jadi kita harus tahu jumlah *stunting*-nya dan biar kita bisa menjelaskan” (Linda, 2023).

Survey Learn gizi didapatkan dari aplikasi yang diluncurkan oleh Kementerian Kesehatan pusat yaitu aplikasi E-PPGBM. Aplikasi ini digunakan untuk pemantauan status gizi balita untuk memudahkan petugas kesehatan. Selain itu aplikasi ini juga digunakan sebagai pelaporan status kesehatan balita.

Petugas puskesmas melakukan kunjungan kepada balita yang memiliki gangguan gizi, baik gizi buruk maupun kekurangan gizi, serta beberapa penyakit yang dialami balita lainnya. Kemudian disampaikan pula mengenai kunjungan ibu hamil. Kegiatan ini dilakukan kepada ibu hamil yang memiliki resiko hamil tinggi, memiliki HB rendah, anemia, dan tekanan darah tinggi. Selanjutnya mengenai pemberian vitamin A kepada balita yang dilaksanakan di bulan Februari dan Oktober pada sasaran balita umur enam bulan sampai lima tahun. Kegiatan lainnya yaitu pendataan balita, pengecekan garam berzodium itu pada bulan September. Kegiatan tersebut merupakan upaya yang dilakukan untuk pencegahan *stunting*.

Kegiatan kampanye pencegahan *stunting* yang dilaksanakan oleh Puskesmas Colomadu 2 meliputi beberapa kegiatan kesehatan. Kegiatan tersebut yaitu Promosi Kesehatan (Promkes), Sanitasi, Kelas Ibu Hamil, Kelas Balita, dan Posyandu Remaja. Linda menyampaikan bahwa Promosi Kesehatan yaitu petugas promkes kesehatan memberikan informasi terkait dengan kesehatan yang ada di puskesmas Colomadu 2. Pada kegiatan ini dapat dilakukan di *indoor* atau *outdoor* sesuai dengan keputusan dari pihak promkes. Kemudian, kegiatan sanitasi adalah kegiatan mengenai kebersihan dan ijin untuk sanitasi. Kegiatan ini bersifat *indoor* atau *outdoor*. Contoh kegiatan sanitasi adalah pembuangan limbah medis.

Kegiatan selanjutnya adalah mengenai Kelas Ibu Hamil, Kelas Balita, Posyandu Remaja dan pemberian vitamin A. Kegiatan Kelas Ibu Hamil adalah kegiatan penyuluhan kepada ibu hamil yang dilaksanakan di desa pada wilayah puskesmas Colomadu 2. Penyuluhan ini tentang kesehatan untuk ibu hamil. Kemudian Kelas balita adalah kegiatan penyuluhan kepada ibu balita yang dilaksanakan di posyandu desa di wilayah Puskesmas Colomadu 2.

Contoh penyuluhan ini adalah penyuluhan mengenai tumbuh kembang balita termasuk *stunting*. Posyandu remaja adalah kegiatan yang dilaksanakan di setiap desa wilayah

Colomadu 2. penyuluhan dari bidan setempat mengenai reproduksi dan kesehatan remaja usia dini.

Kampanye pencegahan *stunting* diawali dengan penjelasan mengenai pengertian, penyebab, dan dampak *stunting* sebelum pada permasalahan yang lebih mendalam. Sebelum adanya proses kampanye, tim melakukan persiapan dengan mempersiapkan sumberdaya, rencana kegiatan supaya dapat dikomunikasikan kepada masyarakat. Selain itu, hal yang perlu dipersiapkan adalah mengetahui sasaran kampanye dan koordinasi dengan kader dan orang yang dibutuhkan untuk mendukung kampanye, menyiapkan materi dan data yang akan disampaikan, dan harus tepat sasaran dengan memanfaatkan informasi dari data *stunting* didapatkan dari riset dari aplikasi E-PPGBM yang telah dilakukan.

Kemudian dari tim pembina wilayah yang bertugas pengumpulan data, pelaksanaan kegiatan, mencari permasalahan dan solusi, serta evaluasi. Dari hal tersebut tim pencegahan *stunting* melakukan tindakan lebih lanjut dan aksi kegiatan lain. Setelah proses kampanye dilakukan, tanggapan audiens mengenai hal ini adalah menerima dengan baik dan antusias untuk mengikuti kegiatan kampanye pencegahan *stunting*.

“Perkenalan kampanye *stunting* melalui forum-forum dan media-media yang kita gunakan, semacam forum pertemuan dan sebelum kampanye mempersiapkan Sumber Daya Manusianya” (Anang, 2023).

“Perkenalan pertama kita mengenalkan pengertian *stunting*, terus menyiapkan sasaran kampanye, koordinasi kader yang dibutuhkan, dan menyiapkan materi.” (Linda, 2023),

“Waktu penjelasan bidannya ramah-ramah kok, penjelasan yang dijelaskan materi, biasanya dari orang tua yang tanya di jawab” (Winarni, 2023).

Sosialisasi dilakukan pada 23 Mei 2023 di Tohudan, Colomadu di ruang PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). Sosialisasi ini ditujukan kepada orang tua yang memiliki anak dan bayi serta ibu hamil. Materi yang digunakan dalam sosialisasi pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh Puskesmas Colomadu 2 membahas mengenai pengenalan dan pengertian mengenai *stunting*, faktor penyebab *stunting*, dampak *stunting* pada kesehatan anak, cara pencegahan *stunting*, tantangan dalam pencegahan *stunting* (pola asuh, pola konsumsi, kesehatan diri dan kesehatan lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi keluarga), dan pedoman pemberian makan bayi dan anak (PMBA).

Pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh Puskesmas Colomadu 2 menggunakan spanduk yang menjadi media penyampaian informasi kepada masyarakat. Spanduk tersebut berisi informasi yang bersifat padat dan menggunakan jenis *font Sans Serif* yaitu jenis *font* yang bersifat informal. Selain itu, didukung dengan penggunaan gambar kartun anak-anak terlihat lebih menarik. Pada spanduk tersebut menggunakan warna biru dan putih. Warna biru melambangkan ketenangan dan kedamaian, sedangkan warna putih melambangkan kebersihan dan kesterilan (Haidar & Martadi, 2021). Spanduk dapat dijumpai di area puskesmas Colomadu 2 dan pada saat kegiatan kampanye pencegahan *stunting* pada 23 Mei 2023 di Kelurahan Tohudan.

Dalam pencegahan *stunting* terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan seperti kunjungan kegiatan yang berhubungan dengan balita dan pemberian vitamin A. Dalam kunjungan balita, disampaikan bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan kunjungan untuk menyampaikan informasi mengenai gizi dan ibu hamil.

“Bidannya itu kalo ada yang hamil, anak kecil juga pasti di cek ke rumah” (Winarni,2023).

Kegiatan kampanye pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh puskesmas Colomadu 2, tim pelaksana melakukan kerjasama dan kolaborasi dengan organisasi lain yaitu dengan melakukan koordinasi untuk mendukung menurunkan dan mencegah *stunting*.

Kegiatan yang mendukung dalam upaya pencegahan *stunting* yang dilakukan bersama dengan tim pencegahan *stunting* dan kolaborasi organisasi lain adalah kegiatan masak bergizi. Dalam kegiatan ini, masyarakat turut serta untuk melancarkan kegiatan. Kegiatan ini dilakukan bersama dan dipimpin oleh tim pencegahan *stunting*. Kegiatan ini berguna untuk menambah informasi dan pengetahuan masyarakat mengenai bagaimana menjaga pola makan dan pemberian makanan yang bergizi untuk balita dan ibu menyusui. Selain itu, dengan pemberian pola makan yang teratur dan bergizi merupakan upaya untuk melakukan pencegahan *stunting*. Kegiatan ini dilaksanakan setiap satu tahun sekali pada setiap desa yang dinaungi oleh puskesmas Colomadu 2.

Dalam proses kampanye pencegahan *stunting* pasti memiliki kendala. Kendala tersebut meliputi dukungan dari lintas sektor yang lain yang terkadang tidak mudah untuk menghimpun, karena lintas sektor yang sudah memiliki kegiatan yang telah dijadwalkan. Selain itu, kegiatan yang telah dianggarkan membutuhkan kesadaran lintas sektor yang lebih yang tidak dapat diprediksi. Kendala mengenai dana yang terbatas untuk penanganan *stunting* sehingga terdapat kegiatan diprioritaskan dan tidak prioritas. Belum tentu kegiatan prioritas dapat menutup semua sasaran. Kendala selanjutnya dari kesadaran dan keadaan ekonomi masyarakat. Kemudian partisipasi masyarakat menjadi kendala juga. Selain itu, mengenai sasaran tidak sesuai dengan yang diharapkan, kendala mengenai ketepatan waktu, karena banyak orang tua yang *molor*.

“Butuh dukungan dari lintas sektor yang memang kadang-kadang tidak mudah untuk menghimpun dan ada kegiatan sendiri dan kesadaran dari lintas sektor yang lebih, ini yang kadang kita tidak bisa menebak” (Anang, 2023).

“Kendalanya mungkin masalah waktu saja” (Linda,2023).

“Dana kita juga terbatas untuk penanganan *stunting*, sehingga ada kegiatan prioritas dan tidak prioritas” (Anang,2023).

Keberlanjutan kampanye pencegahan *stunting* ini akan terus berlanjut karena menjadi program utama dan telah dianggarkan dan masyarakat juga mengharapkan kegiatan akan terus berlanjut. Tingkat keberlanjutan sampai saat ini bahkan tahun 2024 masih menjadi program prioritas nasional dan di puskesmas juga menjadi program prioritas sehingga tim melakukan evaluasi secara terus menerus dan akan berlanjut terus menerus sampai terdapat kebijakan baru.

“Sampai saat ini bahkan tahun 2024 masih menjadi program prioritas, di puskesmas pun jadi program prioritas, sehingga untuk penanganan *stunting* akan terus berlanjut terus-menerus” (Anang, 2023).

“Keberlanjutannya untuk tahun-tahun selanjutnya harus dilanjutkan, karena dari pihak masyarakat pun menginginkan ada kelanjutan dari kegiatan itu, dan karena kita juga kegiatan ini telah dianggarkan untuk tahun-tahun selanjutnya” (Linda, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik benang merah bahwa kegiatan kampanye pencegahan *stunting* dilakukan dengan dua jenis pesan. Pada jalur penerimaan pesan *central route* dalam teori *elaboration likelihood model* merupakan jalur pesan yang memerlukan pemikiran kritis. Pada jalur ini komunikan akan mempertimbangkan dan menganalisis pesan kemudian mempertimbangkan keuntungan dan kerugiannya (Petty & Cacioppo, 1986).

Dalam hal ini tim kampanye pencegahan *stunting* puskesmas Colomadu 2 menyusun pesan melalui riset dari aplikasi E-PPGBM. Dalam penelitian ini riset digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan sosialisasi. Hal ini mengindikasikan adanya data valid yang digunakan dalam kampanye pencegahan *stunting* di puskesmas Colomadu 2. Menurut Petty dan Cacioppo, dalam penggunaan jalur sentral memerlukan pertimbangan kecermatan dan kredibilitas pesan untuk mempersuasi komunikan (Petty & Cacioppo, 1986).

Dalam penggunaan aplikasi tersebut membutuhkan partisipasi dari masyarakat. Pada penelitian lain disebutkan bahwa sebab tinggi dan rendahnya partisipasi masyarakat berujung pada keberhasilan suatu program yang dilaksanakan (Ramdani & Habibi, 2017). Partisipasi masyarakat akan memudahkan tim pencegahan *stunting* untuk melakukan pengawasan mengenai *stunting*. Dengan adanya hal tersebut akan menciptakan digitalisasi masyarakat.

Digitalisasi menawarkan kemudahan dan menciptakan kemajuan di masyarakat dengan memanfaatkan berbagai fitur dan layanan. Adanya digitalisasi masyarakat memudahkan pengawasan dan pembinaan sesuai dengan kebutuhan secara maksimal (Jayadisastra et al., 2023). Kegiatan pencegahan *stunting* dilakukan dengan menggunakan aplikasi E-PPGBM yang digunakan untuk *entry* data balita untuk pemantauan status gizi anak.

Pada jalur sentral selain dengan penggunaan riset dalam kegiatan ini juga mencakup upaya puskesmas Colomadu 2 melalui sosialisasi kampanye pencegahan *stunting*. Materi dalam sosialisasi tersebut berisikan mengenai pengenalan dan pengertian mengenai *stunting*, faktor penyebab *stunting*, dampak *stunting* pada kesehatan anak, cara pencegahan *stunting*, tantangan dalam pencegahan *stunting* (pola asuh, pola konsumsi, kesehatan diri dan kesehatan lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi keluarga), dan pedoman pemberian makan bayi dan anak (PMBA). Jalur ini mempertimbangkan kualitas informasi dan manfaat dari pesan yang disampaikan (Petty & Cacioppo, 1986). Informasi tersebut dipertimbangkan dengan pengalaman sebelumnya yang dimiliki oleh komunikan sehingga terbentuknya perubahan sikap dan cara pandang dalam menilai suatu isu (Fitri & Muhajarah, 2022).

Salah satu ciri jalur sentral adalah adanya forum tanya jawab. Forum tanya jawab ini selalu terjadi di sosialisasi yang mengedepankan diskusi dan perlu adanya pemikiran kritis antara komunikator dan komunikan (Petty & Cacioppo, 1986). Hasil penelitian menunjukkan adanya tanya jawab pada akhir forum.

Dalam penelitian lain pada kegiatan ini dibutuhkan adanya partisipasi masyarakat untuk mencapai tujuan mengubah perilaku hidup sehat dan pencegahan *stunting* dengan memenuhi kebutuhan gizi. Selain itu, tim pencegahan *stunting* juga membantu masyarakat dalam proses diskusi dan mengedukasi masyarakat sehingga perlu tenaga kesehatan yang terlatih (Angraini et al., 2023).

Diskusi diartikan sebagai respon masyarakat dalam menanggapi pesan persuasif. Pada penggunaan jalur sentral akan menunjukkan adanya peran aktif dan suatu upaya yang dilakukan untuk menggali informasi dalam mengkolaborasikan permasalahan yang dianggap lebih relevan (Petty & Cacioppo, 1986). Dalam penelitian ini mengenai sosialisasi kampanye pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh puskesmas Colomadu 2.

Peripheral route pada teori *elaboration likelihood model* adalah jalur pesan yang mempertimbangkan isyarat sederhana dalam penerimaan pesan. Kemudian menekankan

pada kredibilitas komunikator dan daya tarik dari pesan yang disampaikan (Petty & Cacioppo, 1986). Dalam kampanye pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh puskesmas Colomadu 2 menggunakan format pesan pada media poster tentang definisi *stunting* dan cara pencegahannya.

Poster merupakan sarana penyampaian pesan melalui media visual yang berisi gambar dan pesan persuasif yang bersifat padat untuk menyampaikan pesan yang dapat mempengaruhi dan memotivasi sehingga terciptanya perubahan perilaku pada audiens (Sulistriyani & Kuntoro, 2020). Hasil penelitian terdahulu, penggunaan poster menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan dan dinilai dapat menarik audiens (Oktafiana & Kristiana, 2021).

Dalam penelitian ini, pada penggunaan *peripheral route* menunjukkan adanya penggunaan *font* poster, gambar kartun, dan pengaplikasian warna biru dan putih yang mendukung dengan kampanye pencegahan *stunting*. Hal ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan, yaitu penggunaan warna, gambar, serta pesan yang disampaikan pada poster dapat menarik perhatian audiens (Wicaksana & Kristiana, 2021).

Pada *peripheral route* daya tarik menjadi aspek untuk mempengaruhi audiens (Petty & Cacioppo, 1986). Selain poster, dalam penelitian ini juga menggunakan kegiatan yang menyenangkan yaitu tutorial memasak makanan bergizi secara langsung. Kegiatan ini merupakan aktivitas yang menyenangkan karena masyarakat dapat melihat tutorial memasak dan dapat berinteraksi dengan masyarakat lain. Sejalan dengan penelitian terdahulu, kegiatan memasak untuk pencegahan *stunting* menjadi media kampanye untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat (Rokhmah et al., 2022).

Selain itu, Petty & Cacioppo menyampaikan, pada *peripheral route* juga menekankan aspek kredibilitas dari komunikator. Hasil penelitian kampanye pencegahan *stunting* dilaksanakan oleh bidan dan ahli gizi serta didukung dengan kolaborasi yang dilakukan dengan organisasi lain untuk mendukung menurunkan dan mencegah *stunting* di daerah yang dinaungi oleh puskesmas Colomadu 2. Kredibilitas menjadi aspek dalam menumbuhkan kepercayaan audiens melalui komunikator yang memiliki keahlian dalam bidangnya serta seseorang yang dapat dipercaya oleh komunikan (Chandrabuwono & Alif, 2022).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan upaya kampanye *stunting* oleh puskesmas Colomadu 2 menggunakan jalur pesan. *Central route* kampanye pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh puskesmas Colomadu 2 menggunakan riset melalui aplikasi E-PPGBM sebagai landasan penyusunan materi yang akan dipaparkan kepada masyarakat dari puskesmas Colomadu 2. Kemudian terdapat upaya puskesmas Colomadu 2 melalui sosialisasi kampanye pencegahan *stunting* yang dapat membentuk ikatan warga melalui proses diskusi dan partisipasi aktif dari masyarakat.

Pada *peripheral route* spanduk dijadikan sebagai sarana penyampaian pesan melalui media visual dan memberi informasi kepada masyarakat luas supaya sadar akan pencegahan *stunting*. Selanjutnya sebagai media pendukung dalam kampanye pencegahan *stunting*, dengan gambar kartun, warna dominan biru dan putih, serta pesan yang bersifat padat. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas dan sadar akan pentingnya pencegahan *stunting*.

Kemudian, kegiatan masak makanan bergizi yang dilakukan oleh masyarakat dan tim pencegahan *stunting* yang mana berguna untuk meningkatkan kemampuan masyarakat terkait dengan pencegahan *stunting*. Selain itu, dalam *peripheral route* kredibilitas

komunikator yang memiliki ahli pada bidangnya menjadi bagian untuk menumbuhkan kepercayaan audiens, selanjutnya menjadi penting dalam proses penyampaian pesan, agar lebih didengar oleh masyarakat.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu fokus penelitian yang berkonsentrasi pada elemen pesan. Oleh karena itu, diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat memberikan sudut pandang yang berbeda misalnya pada analisis yang berfokus pada elemen komunikasi mengenai bagaimana pesan dapat diterima melalui kampanye pencegahan *stunting*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, V. N. (2020). Analisis pesan persuasif kelompok cyberprotest di twitter. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 182-202.
- Alam, S. (2020). Peran Influencer sebagai Komunikasi Persuasif untuk Pencegahan Covid-19. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), 136-148.
- Angraini, D. I., Carolia, N., Tjiptaningrum, A., & Kurniati, I. (2023). Peningkatan Partisipasi Masyarakat dalam Program Pemenuhan Gizi Anak Berbasis Konsumsi Pangan sebagai Upaya Pencegahan Stunting. *Poltekita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 531-540.
- Bedasari, H., Novita, F., Razali, M. T., & Wana, I. S. L. (2022). Strategi Dinas Kesehatan dalam Pencegahan dan Penanganan Stunting (Studi Kasus di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten Karimun). *Jurnal Kemunting*, 3(2), 703-722.
- Chandrabuono, A. B., & Alif, M. (2022). Kesultanan Banjar sebagai Aset Pariwisata: Kredibilitas Sumber Informasi untuk Membangun Pemahaman Masyarakat Kabupaten Banjar. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 7(2), 204-215.
- Darmansyah, E., & Yusran, R. (2024). Implementasi Kebijakan Kampanye Perubahan Perilaku dalam Upaya Penurunan Stunting di Puskesmas Danau Kerinci Barat. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(1), 10-10.
- Fauzi, R., & Islamiah, M. N. (2022). Komunikasi Kesehatan. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 4(1), 1-17.
- Fitri, A. N., & Muhajarah, K. (2021). Pengaplikasian Elaborated Likelihood Model dalam Strategi Komunikasi Kampanye "Ingat Pesan Ibu". *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 115-130.
- Haidar, N. F., & Martadi, M. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement. *Barik*, 2(2), 121-134.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Jayadisastra, Y., Lasinta, M., & Dima, D. (2023). Bimbingan Teknis dan Implementasi Konsep Desa Digital sebagai Media Meningkatkan Pelayanan dan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan di Desa Konda Satu Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. *Jurnal Pengembangan Inovasi dan Pembangunan Masyarakat*, 1(1), 34-39.
- Kreps, G. L., Bonaguro, E. W., & Query Jr, J. L. (2003). The history and development of the field of health communication. *Russian Journal of Communication*, 10, 12-20.
- Khoiron, K., Rokhmah, D., Astuti, N., Nurika, G., & Putra, D. (2022). Pencegahan Stunting Melalui Penguatan Peran Kader Gizi dan Ibu Hamil Serta Ibu Menyusui Melalui Participatory Hygiene and Sanitation Transformation (PHAST). *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi*, 1(1), 74-80.
- Laili, U., & Andriani, R. A. D. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pencegahan Stunting. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5(1), 8-12.
- Lambert, V. A., & Lambert, C. E. (2012). Qualitative descriptive research: An acceptable design. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 16(4), 255-256.

- Lubis, A. S. I. Kritik Komunikasi Kampanye Publik pada Kampanye Stunting Dinas Kesehatan Kulon Progo Tahun 2018. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 3(1), 36-51.
- Muchtar, K., Koswara, I., & Setiawan, A. (2016). Komunikasi antar budaya dalam perspektif antropologi. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1).
- Mukti, S., Purnama, A., Ridha, A. R., & Petroza, R. (2022). Analisis Komunikasi Kesehatan Terkait Keberhasilan Pencegahan Stunting Anak di Kabupaten Tanah Bumbu. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(7), 9357-9368.
- Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., & Ulfa, N. S. (2022). Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stunting. *Interaksi Online*, 10(2), 152-169.
- Mustafa, I., & Kusyati, A. N. H. (2021). Implementasi Komunikasi Kesehatan dalam Kampanye Cegah Stunting Studi Deskriptif terhadap Pola Komunikasi Penyuluh Kesehatan kepada Masyarakat dalam Upaya Cegah Stunting di Desa Tilang, Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Communicatio*, 35-45.
- Nahdiah, P., Sumadyo, B., & Sumarto, S. T. (2021). Deiksis Persona dan Pesan Persuasif dalam Buku Pengembangan Diri: Ingatkan Aku Karya Fitria NA. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 4(2), 154-160.
- Oktafiana, S. F., & Kristiana, N. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan pada Media Sosial. *BARIK*, 2(2), 258-270.
- Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 123-132.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. In *Communication and Persuasion*. Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4964-1_7
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Message elaboration versus peripheral cues*. In *Communication and persuasion*, (pp. 141-172). Springer, New York, NY.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). Consequences of the Route to Persuasion. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*, 173-195.
- Pratiwi, S. R. (2019). Manajemen kampanye komunikasi kesehatan dalam upaya pengurangan prevalensi balita stunting. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 1-19.
- Putri, P. K. (2016). Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif Pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 1-16.
- Rahayu, I., Musthofa, S. B., & Kartini, A. (2022). Interpersonal Communication Strategy (ICS) in Overcoming Stunting: A Review. *International Journal of Health, Education & Social (IJHES)*, 5(7), 43-54.
- Rahmadiana, M. (2012). Komunikasi kesehatan: sebuah tinjauan. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 88-94.
- Rakhmaniar, A. (2022). Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 10-30.
- Ramdani, D. F., & Habibi, F. (2017, November). *Penguatan Partisipasi Masyarakat Dalam Mendorong Program Smart City di Kota Bandung*. Prosiding Seminar Nasional Riset Terapan | SENASSET (pp. 125-129).

- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 352-370.
- Satori, D., & Komariah, A. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- SGGI. (2021). <https://cegahstunting.id/berita/mengenal-studi-status-gizi-indonesia-2021/#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20SSGI%202021%2C%20prevalensi,%2C3%25%20menjadi%2017%25>.
- Sulistriyani, S., & Kuntoro, K. (2021). Analisis Wacana Persuasif Untuk Memotivasi Diri Dalam Poster Covid-19 Pembelajaran Daring Siswa Kelas 6 Al Mujib SD Al Irsyad Al Islamiyyah 02 Purwokerto. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, 7(1), 83-99.
- Turnip, S. (2018). Narration in Health Communication for Stunting. *Journal of Health Promotion and Behavior*, 3(4), 248-256.
- Wibowo, A. A., Nabilla, D., Kayla, N. P. A., Zahra, B. A., Grenluisa, T., & Herbawani, C. K. (2022). Upaya Penurunan Kejadian Stunting Pada Masa Pandemi di Indonesia. *Jurnal Medika Cendikia*, 9(1), 1-13.
- Wicaksana, R. R., & Kristiana, N. (2021). Kampanye Sosial Stop Toxic Sebagai Upaya Membangun Sikap Positif Bermain Game. *Barik*, 2(2), 202-214.
- Zain, N. L. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2).
- Zannah, A. N. (2020). Pengaruh Komunikasi Persuasif Bidan terhadap Pengambilan Keputusan Ibu dan Keluarga yang Mengalami Kehamilan Risiko Tinggi. *Jurnal Medikes (Media Informasi Kesehatan)*, 7(1), 101-110.