

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Literatur

Kajian literatur dalam suatu penelitian berperan sebagai fondasi atau dasar teoritis yang digunakan dalam penelitian. Kajian literatur melibatkan penelaahan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang sama atau pandangan dari para ahli yang terkait dengan subjek dan topik yang akan diselidiki.

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Setiap penelitian biasanya merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya sebagai titik perbandingan dan referensi untuk pengembangan lebih lanjut. Pemilihan penelitian terdahulu diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna dalam kajian literatur, memperkaya pemahaman, dan membantu peneliti untuk mengevaluasi dan memperbaiki aspek-aspek tertentu dalam penelitiannya. Berikut kajian penelitian sejenis yang dijadikan acuan penelitian, di antaranya:

1. Shafira Azzahra, Hana Hana, Ninuk Arifiyani, Universitas Muhammadiyah Jakarta 2023 “**Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Upaya Pencegahan Stunting**” berdasarkan penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Upaya Pencegahan Stunting menyimpulkan bahwa:

Keberhasilan suatu program atau kebijakan ditentukan oleh strategi komunikasi yang digunakan, yang melibatkan empat pilar utama: kelompok primer, sekunder, dan tersier; pemilihan media atau saluran komunikasi; pengkajian

pesan komunikasi; serta peran komunikasi dan media di tingkat pusat dan daerah. Selain itu, peran pemerintah daerah, puskesmas, pemerintah desa, dan posyandu juga sangat penting dalam menyebarkan informasi, mengedukasi masyarakat, dan memobilisasi dukungan untuk pencegahan stunting. Dengan kerja sama dan koordinasi yang baik antara semua pihak terkait, diharapkan upaya pencegahan stunting di Kabupaten Karawang dapat berhasil mencapai hasil yang optimal.

2. Insyirah Salsabila Alif, Sudirman Karnay, Andi Subhan Amir, Universitas Hasanuddin Makassar 2023 **“Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Stunting (Studi Pada Kelurahan Watang Bacukiki Kota Parepare)”** berdasarkan penelitian tentang Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Stunting (Studi Pada Kelurahan Watang Bacukiki Kota Parepare menyimpulkan bahwa:

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penghambat Kelurahan Watang Bacukiki dalam melaksanakan strategi komunikasi persuasif gizi seimbang sebagai upaya penanganan stunting di antaranya ketidaktepatan waktu antara komunikator dan sasaran dalam pelaksanaan intervensi, kurangnya partisipasi sasaran dalam pertemuan terkait edukasi stunting, data administratif warga Watang Bacukiki yang kurang mutakhir berakibat pada data stunting yang stagnan, sulitnya menjangkau sasaran yang jauh dari perkampungan dan tidak memiliki alat komunikasi yang memadai, serta beberapa sasaran yang terkendala dalam pemahaman istilah kesehatan.

3. Icha Tiara Sukma dan Andre Noevi Rahmanto, Universitas Sebelas Maret Surakarta 2019 “**Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Karanganyar Dalam Menekan Angka *Stunting***” berdasarkan penelitian tentang Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Karanganyar Dalam Menekan Angka *Stunting* menyimpulkan bahwa:

Proses perencanaan strategi komunikasi kurang terfokus dan tidak memperhitungkan dengan baik karakteristik target sasaran. Meskipun strategi pesan dan media telah diperhatikan dengan baik, tetapi pelaksanaannya masih memiliki tantangan seperti kurangnya respons dari target sasaran dan kurang optimalnya penggunaan dana desa. Meskipun demikian, Dinas Kesehatan Kabupaten Karanganyar berhasil mengurangi angka *stunting* dalam tiga tahun terakhir, walaupun evaluasi terhadap strategi komunikasi yang digunakan tidak dilakukan secara menyeluruh.

4. Cita Martini, Sidharta Adi Gautama dan Tina Kartika, Universitas Lampung 2024 “**Strategi Komunikasi TPPS Kabupaten Pesawaran Lampung dalam Percepatan Penurunan Prevalensi *Stunting***” berdasarkan Strategi Komunikasi TPPS Kabupaten Pesawaran Lampung dalam Percepatan Penurunan Prevalensi *Stunting* menyimpulkan bahwa:
5. Penelitian menunjukkan bahwa berkat koordinasi yang efektif antara berbagai dinas, TPPS Pesawaran berhasil menurunkan prevalensi *stunting* dari 25,1% pada tahun 2022 menjadi 10,0% pada tahun 2023. Keberhasilan ini tercapai melalui kolaborasi antar sektor, pendekatan edukatif, penguatan sistem kesehatan, dan partisipasi aktif dari masyarakat setempat.

6. Chatra Al Shafa Qolby Naviu, Ansar Suherman, dan Wa Nurfida, Universitas Muhammadiyah Buton 2024 “**Strategi Komunikasi Penyuluhan Pencegahan Stunting di BKKBN Kota Baubau**” berdasarkan Strategi Komunikasi Penyuluhan Pencegahan Stunting di BKKBN Kota Baubau menyimpulkan bahwa:

Banyak masyarakat yang belum memahami stunting dan cara pencegahannya. Sebagian dari mereka enggan membawa anak ke posyandu untuk pemeriksaan karena menganggap stunting sebagai hal yang memalukan atau buruk. BKKBN menghadapi kendala dalam menjalankan program pencegahan dan penyuluhan stunting akibat kondisi ini. Untuk mengatasinya, BKKBN berupaya menghilangkan stigma negatif terhadap stunting dan memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa stunting bukanlah hal yang memalukan, melainkan masalah kesehatan yang harus ditangani dengan serius.

7. Aditia Shinta Prihantiana, Universitas Islam Indonesia 2024 “**Strategi Komunikasi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar Dalam Pencegahan Stunting**” berdasarkan penelitian Strategi Komunikasi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar Dalam Pencegahan Stunting menyimpulkan bahwa:

Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar telah berhasil melaksanakan strategi komunikasi kesehatan yang efektif dalam penanggulangan stunting melalui penerapan model SOSTAC dan bauran Public Relation Mix. Dengan melakukan analisis situasi, menetapkan tujuan, dan menentukan pesan yang edukatif dan persuasif, mereka menyoal ibu hamil, ibu menyusui, balita, dan remaja.

Penggunaan media yang tepat serta pemilihan komunikator yang kredibel turut mendukung kesuksesan strategi ini. Berbagai kegiatan seperti lomba, publikasi berita, kolaborasi dengan kader Posyandu, dan keterlibatan tokoh masyarakat menunjukkan upaya intensif Dinas Kesehatan untuk meningkatkan kesadaran dan mencegah stunting, yang diakui dengan penghargaan dari PJ Gubernur Riau.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Shafira Azzahra, Hana Hana, Ninuk Arifiyani, Universitas Muhammadiyah Jakarta 2023 “Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Upaya Pencegahan Stunting”	Deskriptif Kualitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi komunikasi dalam konteks masalah <i>stunting</i>	Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Shafira Azzahra, Hana Hana, dan Ninuk Arifiyani terletak pada metode penelitian yang digunakan. Mereka melakukan penelitian hanya menggunakan studi literatur, sedangkan dalam penelitian saya, saya	Keberhasilan suatu program atau kebijakan ditentukan oleh strategi komunikasi yang digunakan, yang melibatkan empat pilar utama: kelompok primer, sekunder, dan tersier; pemilihan media atau saluran komunikasi; pengkajian pesan komunikasi; serta peran komunikasi dan media di tingkat pusat dan daerah. Selain itu, peran pemerintah daerah, puskesmas, pemerintah desa,

			melengkapi studi literatur dengan observasi partisipatif dan wawancara dengan pihak terkait	dan posyandu juga sangat penting dalam menyebarkan informasi, mengedukasi masyarakat, dan memobilisasi dukungan untuk pencegahan <i>stunting</i> . Dengan kerja sama dan koordinasi yang baik antara semua pihak terkait, diharapkan upaya pencegahan <i>stunting</i> di Kabupaten Karawang dapat berhasil mencapai hasil yang optimal
<p>Insyirah Salsabila Alif, Sudirman Karnay, Andi Subhan Amir, Universitas Hasanuddin Makassar 2023</p> <p>“Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan <i>Stunting</i> (Studi Pada Kelurahan Watang Bacukiki Kota Parepare”</p>	Deskriptif Kualitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi komunikasi dalam konteks masalah <i>stunting</i>	Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Insyirah Salsabila Alif, Sudirman Karnay, dan Andi Subhan Amir terletak pada fokus penelitian. Mereka lebih berfokus pada penanganan masalah, sementara penelitian saya lebih	Terdapat beberapa faktor yang menjadi penghambat Kelurahan Watang Bacukiki dalam melaksanakan strategi komunikasi persuasif gizi seimbang sebagai upaya penanganan <i>stunting</i> di antaranya ketidaktepatan waktu antara komunikator dan sasaran dalam

			menitikberatkan pada upaya pencegahan	pelaksanaan intervensi, kurangnya partisipasi sasaran dalam pertemuan terkait edukasi <i>stunting</i> , data administratif warga Watang Bacukiki yang kurang mutakhir berakibat pada data <i>stunting</i> yang stagnan, sulitnya menjangkau sasaran yang jauh dari perkampungan dan tidak memiliki alat komunikasi yang memadai, serta beberapa sasaran yang terkendala dalam pemahaman istilah kesehatan
Icha Tiara Sukma dan Andre Noevi Rahmanto, Universitas Sebelas Maret Surakarta 2019 “Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Karanganyar Dalam	Deskriptif Kualitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi komunikasi dalam konteks masalah <i>stunting</i>	Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Insyirah Salsabila Alif, Sudirman Karnay, dan Andi Subhan Amir terletak pada fokus penelitian. Mereka lebih berorientasi	Proses perencanaan strategi komunikasi kurang terfokus dan tidak memperhitungkan dengan baik karakteristik target sasaran. Meskipun strategi pesan dan media telah diperhatikan dengan baik, tetapi

<p>Menekan Angka <i>Stunting</i>”</p>			<p>pada upaya menekan angka <i>stunting</i>, sementara penelitian saya lebih menitikberatkan pada strategi pencegahan kasus <i>stunting</i> secara keseluruhan</p>	<p>pelaksanaannya masih memiliki tantangan seperti kurangnya respons dari target sasaran dan kurang optimalnya penggunaan dana desa.</p>
<p>Cita Martini, Sidharta Adi Gautama dan Tina Kartika, Universitas Lampung 2024 “Strategi Komunikasi TPPS Kabupaten Pesawaran Lampung dalam Percepatan Penurunan Prevalensi <i>Stunting</i>”</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi komunikasi dalam konteks masalah <i>stunting</i></p>	<p>Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Cita Martini, Sidharta Adi Gautama dan Tina Kartika, terletak pada fokus penelitian. Mereka lebih berorientasi pada upaya percepatan untuk menurunkan angka <i>stunting</i>, sementara penelitian saya lebih menitikberatkan pada strategi pencegahan kasus <i>stunting</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui koordinasi yang baik antar dinas, TPPS Pesawaran mampu menurunkan prevalensi <i>stunting</i> dari 25,1% pada tahun 2022 menjadi 10,0% pada tahun 2023. Kesuksesan ini dicapai melalui kolaborasi lintas sektoral, pendekatan berbasis edukasi, penguatan sistem kesehatan, dan keterlibatan masyarakat lokal.</p>

			secara keseluruhan	
<p>Chatra Al Shafa Qolby Naviu, Ansar Suherman, dan Wa Nurfida, Universitas Muhammadiyah Buton 2024</p> <p>“Strategi Komunikasi Penyuluhan Pencegahan Stunting di BKKBN Kota Baubau”</p>	Deskriptif Kualitatif	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi komunikasi dalam konteks masalah <i>stunting</i></p>	<p>Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Chatra Al Shafa Qolby Naviu, Ansar Suherman, dan Wa Nurfida, terletak pada metode penelitian yang digunakan. Mereka melakukan penelitian dengan menggunakan Metode <i>Campaign Theory</i>, sedangkan dalam penelitian saya, saya menggunakan <i>Risk and Crisis Communication</i></p>	<p>BKKBN Kota Baubau menerapkan strategi komunikasi penyuluhan pencegahan stunting yang komprehensif melalui berbagai pendekatan, termasuk pembentukan Tim Percepatan Penurunan Stunting (TPPS) yang melibatkan seluruh OPD dan program Bapak Asuh untuk membantu keluarga berisiko stunting. Penyuluhan dilakukan dengan pendekatan KIE melalui Tim Pendamping Keluarga (TPK) yang berfokus pada pola asuh yang baik dan pola hidup sehat, serta memanfaatkan media lokal, media massa, dan aplikasi Elsimil untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Aplikasi Elsimil</p>

				memungkinkan deteksi dini risiko kehamilan dan stunting, yang berkontribusi pada penurunan angka stunting di Kota Baubau.
Aditia Shinta Prihantiana, Universitas Islam Indonesia 2024 “Strategi Komunikasi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar Dalam Pencegahan Stunting”	Deskriptif Kualitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi komunikasi dalam konteks masalah <i>stunting</i>	Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditia Shinta Prihantiana terletak pada program yang diterapkan pemerintah untuk pencegahan stunting. Penelitian yang dilakukan Aditia terkait program <i>Bauran Public Relation</i> , sedangkan dalam penelitian saya, saya menggunakan Program “ABCDEFGH”	Stunting adalah kondisi pertumbuhan anak yang tidak sesuai dengan usia, sering disebabkan oleh kekurangan gizi. Pada tahun 2019, Kabupaten Kampar memiliki angka stunting tinggi, namun berhasil menurunkannya melalui peran humas dalam menyampaikan informasi kesehatan yang tepat. Penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar dalam pencegahan stunting, yang melibatkan model SOSTAC dan bauran Public Relations. Melalui

				pendekatan ini, Dinas Kesehatan dapat mengedukasi masyarakat, mengurangi angka stunting, dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya gizi yang baik.
--	--	--	--	---

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi Kesehatan

2.2.1.1. Definisi Komunikasi Kesehatan

Menurut Endrawati (2015) Komunikasi kesehatan adalah suatu proses penyampaian informasi kesehatan untuk mendorong perubahan perilaku individu maupun kelompok guna meningkatkan derajat kesehatan. Melalui penyampaian informasi yang jelas, relevan, dan dapat dipahami, diharapkan individu dan kelompok dapat mengadopsi perilaku yang mendukung kesehatan mereka, sehingga berkontribusi pada peningkatan derajat kesehatan secara keseluruhan.

Menurut Nurizzah (2021) Komunikasi Kesehatan adalah upaya terstruktur untuk memengaruhi perilaku Kesehatan masyarakat secara positif. Ini melibatkan penggunaan berbagai prinsip dan teknik komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media massa. Tujuannya adalah memberikan informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijakan kesehatan, dan regulasi bisnis yang

berkaitan dengan Kesehatan, dengan harapan dapat meningkatkan kualitas hidup individu dalam masyarakat, dengan memperhatikan aspek ilmiah dan etika.

Menurut Rahmadiana (2012) Komunikasi Kesehatan mencakup penggunaan layanan komunikasi untuk menyampaikan pesan dan memengaruhi proses pengambilan keputusan terkait peningkatan dan pengelolaan Kesehatan oleh individu dan komunitas. Ini juga melibatkan penyebaran informasi Kesehatan kepada masyarakat untuk mendorong perilaku hidup sehat, menciptakan kesadaran, mengubah sikap, dan memberikan motivasi kepada individu untuk mengadopsi perilaku sehat yang direkomendasikan sebagai tujuan utama komunikasi Kesehatan. Komunikasi kesehatan memberi kontribusi dan menjadi bagian dari upaya pencegahan penyakit serta promosi kesehatan. Komunikasi kesehatan juga dianggap relevan dengan beberapa konteks dalam bidang kesehatan, di antaranya:

- a. Hubungan antara ahli medis dengan pasien.
- b. Daya jangkau individu dalam mengakses serta memanfaatkan informasi kesehatan.
- c. Kepatuhan individu pada proses pengobatan yang harus dijalani serta kepatuhan dalam melakukan saran medis yang diterima.
- d. Bentuk penyampaian pesan kesehatan dan kampanye kesehatan.
- e. Penyebaran informasi mengenai resiko kesehatan pada individu dan populasi.
- f. Gambaran secara garis besar profil kesehatan di media massa dan budaya.
- g. Pendidikan bagi pengguna jasa kesehatan bagaimana mengakses fasilitas kesehatan umum serta sistem kesehatan.

- h. Perkembangannya aplikasi program seperti tele-kesehatan.

Dari berbagai definisi komunikasi kesehatan yang disajikan dapat disimpulkan bahwa komunikasi kesehatan merupakan suatu proses penyampaian informasi yang bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku individu maupun kelompok dalam meningkatkan derajat kesehatan. Hal ini dilakukan melalui penyampaian informasi yang jelas, relevan, dan dapat dipahami, baik secara langsung maupun melalui media massa.

Komunikasi kesehatan mencakup berbagai aspek, seperti hubungan antara ahli medis dengan pasien, akses individu terhadap informasi kesehatan, kepatuhan pada proses pengobatan, penyampaian pesan kesehatan dan kampanye kesehatan, serta penyebaran informasi mengenai risiko kesehatan. Selain itu, komunikasi kesehatan juga relevan dalam konteks pendidikan bagi pengguna jasa kesehatan mengenai akses fasilitas kesehatan umum dan sistem kesehatan, serta dalam perkembangan aplikasi program seperti tele-kesehatan.

2.2.1.2. Tujuan Komunikasi Kesehatan

Tujuan dari komunikasi kesehatan adalah mengarahkan perilaku kesehatan pada target yang lebih menguntungkan, sehingga dapat meningkatkan status kesehatan sebagai hasil dari program kesehatan. Menurut Nurizzah (2021) tujuan komunikasi kesehatan dibagi menjadi dua, di antaranya:

- a. Tujuan Strategis

Secara umum program yang berkaitan dengan komunikasi yang dirancang dalam bentuk paket acara atau modul dapat berfungsi untuk:

- 1) Menyampaikan informasi kesehatan dari satu sumber ke pihak lain.
- 2) Memfasilitasi pengambilan keputusan yang berdasarkan informasi yang akurat.
- 3) Mendorong pertukaran informasi dan dukungan emosional antar teman sebaya terkait dengan kesehatan.
- 4) Mempromosikan perilaku hidup sehat.
- 5) Memperkenalkan konsep perawatan diri sendiri
- 6) Memenuhi permintaan layanan kesehatan.

b. Tujuan Praktis

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui beberapa usaha

Pendidikan dan pelatihan dengan tujuan:

- 1) Peningkatan pemahaman tentang komunikasi.
- 2) Peningkatan keterampilan dalam berkomunikasi secara efektif.
- 3) Pembentukan sikap dan perilaku yang mendukung komunikasi yang baik.

2.2.1.3. Peran Penting Komunikasi Kesehatan

Peran penting dalam komunikasi kesehatan adalah menciptakan perilaku masyarakat yang peduli terhadap kesehatan. Bagaimana memahami dampak dan resiko yang akan dialami serta bagaimana perumusan solusi dalam hal menghadapi persoalan kesehatan. Kesadaran masyarakat ini berdampak pada kesehatan personal, keluarga dan kelompok dalam komunitasnya (Rifqi, 2022).

Memahami dampak dan risiko yang akan dialami merupakan langkah awal dalam membentuk kesadaran masyarakat. Dengan menyediakan informasi yang

jelas, relevan, dan dapat dipahami, individu dan komunitas dapat memahami konsekuensi dari perilaku mereka terhadap kesehatan. Misalnya, dengan memahami bahwa kebiasaan merokok dapat meningkatkan risiko terkena penyakit jantung dan kanker, individu cenderung lebih peduli terhadap kesehatan mereka dan mungkin akan mempertimbangkan untuk berhenti merokok.

Selanjutnya, merumuskan solusi-solusi yang efektif merupakan langkah yang krusial dalam mengatasi masalah kesehatan. Hal ini melibatkan pengembangan program-program atau kebijakan-kebijakan yang dapat mendorong perubahan perilaku yang positif dan mendukung kesehatan. Misalnya, dengan menyediakan layanan konseling dan dukungan bagi perokok yang ingin berhenti merokok, atau dengan mengimplementasikan kebijakan larangan merokok di tempat umum, dapat membantu mengurangi prevalensi merokok dalam masyarakat.

Kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan tidak hanya berdampak pada kesehatan personal, tetapi juga pada kesehatan keluarga dan kelompok dalam komunitas. Dengan memperkuat kesadaran ini, masyarakat dapat bekerja sama dalam menerapkan perilaku yang mendukung kesehatan, serta mendukung upaya-upaya preventif dan intervensi untuk meningkatkan kesehatan secara keseluruhan dalam komunitas mereka.

2.2.1.4. Komunikasi Kesehatan untuk Masyarakat

Komunikasi kesehatan dalam konteks masyarakat lebih berfokus pada promosi kesehatan. Promosi kesehatan bukan hanya tentang memberikan informasi

dan meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan kepada masyarakat, tetapi juga mencakup program-program kesehatan yang bertujuan untuk menghasilkan perubahan perilaku yang positif, baik dalam lingkup masyarakat maupun dalam lingkungan organisasi.

Untuk mewujudkan promosi kesehatan, diperlukan rencana tindakan yang efektif. Strategi merupakan metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam promosi kesehatan. Menurut Mubarak (dalam Rahmadiana, 2012) strategi ini penting dalam merealisasikan promosi kesehatan, dan termanifestasi melalui tiga tahapan, di antaranya:

- a. Advokasi. Merupakan kegiatan memberikan bantuan informasi kesehatan kepada masyarakat melalui pihak pembuat keputusan dan penentu kebijakan dalam bidang kesehatan.
- b. Dukungan sosial. Promosi kesehatan akan mudah dilakukan bila mendapat dukungan dari berbagai elemen yang ada di masyarakat. Dukungan masyarakat antara lain dari unsur informal (tokoh agama dan tokoh adat) dan unsur formal (petugas kesehatan, pejabat pemerintah).
- c. Pemberdayaan masyarakat (empowerment community). Pemberdayaan masyarakat dibutuhkan supaya masyarakat memperoleh kemampuan dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan. Upaya ini antara lain dapat dilakukan melalui penyuluhan kesehatan.

Dalam konteks promosi kesehatan, komunikasi kesehatan menjadi instrumen utama untuk memberikan informasi dan mempengaruhi perilaku masyarakat. Promosi kesehatan bukan sekadar tentang peningkatan pengetahuan,

tetapi juga melibatkan program-program yang bertujuan untuk mengubah perilaku menjadi lebih sehat. Untuk mewujudkan promosi kesehatan, diperlukan strategi yang efektif.

Dengan menggabungkan ketiga tahapan ini, promosi kesehatan dapat dijalankan dengan lebih efektif dan memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesehatan masyarakat secara keseluruhan.

2.2.2. Strategi Komunikasi

2.2.2.1. Definisi Strategi Komunikasi

Menurut Rogers dan Middleton (dalam Wijaya, 2023) Strategi Komunikasi merupakan suatu rancangan yang dibuat bertujuan untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih luas melalui penyebaran ide-ide baru. Menurut Middleton, strategi komunikasi adalah gabungan terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran komunikasi, hingga pengaruh yang direncanakan untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Menurut Suherman (2019) strategi komunikasi merupakan serangkaian tindakan yang dirancang secara cermat dan terencana untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dengan efektif. Hal ini melibatkan penerapan metode, teknik, dan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan konteks dan karakteristik audiens yang dituju. Dalam pengembangannya, strategi komunikasi mempertimbangkan berbagai faktor yang relevan, termasuk analisis situasi, penentuan pesan yang tepat, pemilihan saluran komunikasi yang efisien, serta evaluasi terus-menerus untuk memastikan pencapaian tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan beberapa uraian mengenai strategi komunikasi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi merupakan seluruh komponen dari proses komunikasi, termasuk perencanaan, pengaturan, implementasi, evaluasi, dan aspek lainnya, dirancang untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan secara optimal sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, melibatkan elemen-elemen seperti komunikator, pesan, saluran (media), penerima, dan dampak yang diharapkan.

Pemilihan strategi dalam perencanaan komunikasi menjadi sebuah tahapan krusial yang memerlukan pendekatan yang sangat hati-hati. Hal ini disebabkan oleh potensi dampak yang signifikan jika strategi yang dipilih tidak tepat. Kerugian bisa meliputi aspek waktu, materi, serta tenaga yang digunakan dalam implementasi strategi tersebut. Oleh karena itu, langkah ini memerlukan analisis mendalam, evaluasi terperinci, dan pertimbangan yang matang sebelum mengambil keputusan.

Dengan demikian, pemilihan strategi komunikasi tidak hanya sekadar sebuah langkah taktis, tetapi juga merupakan bagian integral dari proses perencanaan yang mengarah pada pencapaian tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan penekanan pada analisis yang mendalam dan pengambilan keputusan yang tepat, strategi komunikasi yang dipilih akan menjadi landasan yang kokoh untuk kesuksesan program komunikasi.

2.2.2.2. Peran Penting Strategi Komunikasi

Peran strategi komunikasi sangat penting dalam berbagai konteks, baik dalam lingkup individu, organisasi, maupun masyarakat secara luas. Pertama-tama, strategi komunikasi memberikan arah dan fokus yang jelas dalam penyampaian pesan atau informasi. Dengan merumuskan tujuan-tujuan yang spesifik dan

menyusun langkah-langkah yang terarah, strategi komunikasi membantu memastikan bahwa setiap interaksi komunikasi memiliki tujuan yang jelas untuk dicapai.

Strategi komunikasi juga berperan dalam mengidentifikasi audiens yang tepat. Dengan memahami siapa yang menjadi target utama komunikasi, strategi dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan, kepentingan, dan karakteristik khusus dari setiap kelompok audiens. Hal ini memungkinkan pesan atau informasi disampaikan dengan lebih efektif dan relevan, sehingga dapat lebih mudah diterima dan dipahami oleh target audiens.

Strategi komunikasi membantu dalam merumuskan pesan yang efektif. Dengan memperhatikan konteks komunikasi, strategi dapat membantu dalam memilih kata-kata, nada, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan audiens dan tujuan yang ingin dicapai. Pesan yang dirancang dengan baik akan memiliki daya tarik yang lebih besar dan mampu memengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku audiens dengan lebih efektif.

Strategi komunikasi juga memainkan peran dalam memilih saluran komunikasi yang tepat. Dengan mempertimbangkan preferensi dan kebiasaan komunikasi dari audiens target, strategi dapat membantu dalam menentukan saluran yang paling efisien dan efektif untuk menyampaikan pesan atau informasi. Hal ini dapat meliputi media massa, media sosial, pertemuan tatap muka, atau saluran komunikasi lainnya sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik komunikasi dari audiens.

Strategi komunikasi memberikan kerangka kerja untuk mengevaluasi hasil dari upaya komunikasi. Dengan menetapkan indikator kinerja dan mengumpulkan data evaluasi, strategi membantu dalam menilai efektivitas dari setiap langkah yang diambil dalam proses komunikasi. Evaluasi ini memungkinkan untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan yang ditetapkan telah tercapai, serta memberikan wawasan yang berharga untuk perbaikan dan pengembangan di masa mendatang.

Secara keseluruhan, peran strategi komunikasi sangatlah penting dalam memastikan kesuksesan dari setiap upaya komunikasi. Dengan menyediakan arah, fokus, dan kerangka kerja yang terstruktur, strategi komunikasi membantu dalam mengoptimalkan efektivitas dan efisiensi dari komunikasi, sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan dengan lebih baik.

2.2.3. Strategi Komunikasi Kesehatan

2.2.3.1. Definisi Strategi Komunikasi Kesehatan

Strategi komunikasi kesehatan adalah langkah-langkah yang harus diambil di dalam meningkatkan efektifitas komunikasi dalam penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan dibidang kesehatan baik dalam kehidupan sehari-hari maupun proses pelayanan (Chaerowati 2023).

Strategi komunikasi kesehatan merupakan suatu pendekatan yang komprehensif dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan-pesan terkait kesehatan kepada masyarakat. Di tengah kompleksitas informasi yang ada, strategi ini memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pesan-pesan tersebut tersampaikan dengan jelas, relevan, dan mudah dipahami oleh target audiens.

Dengan demikian, strategi komunikasi kesehatan merupakan upaya holistik yang melibatkan berbagai aspek perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Dengan mengimplementasikan strategi ini secara efektif, diharapkan pesan-pesan kesehatan dapat disampaikan dengan lebih baik, dipahami dengan lebih baik oleh masyarakat, dan akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesadaran dan perilaku kesehatan secara keseluruhan.

2.2.3.2. Ruang Lingkup Strategi Komunikasi

Dari penjelasan mengenai strategi komunikasi sebelumnya, terlihat bahwa meskipun terkadang dipandang sebagai rencana manajemen dan taktik sederhana untuk berkomunikasi, strategi komunikasi sebenarnya mencakup banyak hal. Namun, dalam perjalanannya, strategi komunikasi memiliki dua aspek utama, yaitu makro dan mikro. Kedua aspek ini memiliki peran ganda, yang meliputi:

- a. Mengkomunikasikan pesan kepada target audience dengan berbagai jenis pesan, termasuk informatif, persuasif, dan instruktif, bertujuan untuk mencapai hasil optimal.
- b. Dalam situasi di mana arus informasi di media sangat cepat dan melimpah, penting untuk memastikan keberadaan mediator yang dapat mengelola hal tersebut agar tidak merusak nilai-nilai budaya.

2.2.3.3. Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan strategi komunikasi adalah untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam proses berkomunikasi. Ini dapat meliputi memperoleh pemahaman yang lebih baik dari audiens, mempengaruhi perilaku atau sikap mereka, membangun

hubungan yang kuat, meningkatkan kesadaran tentang suatu isu atau produk, atau menciptakan perubahan positif dalam masyarakat atau organisasi. Menurut Pace, Peterson & Burnet (dalam Effendy, 2017) tujuan strategi komunikasi dibagi menjadi tiga, di antaranya:

a. *To Secure Understanding*

Ini dilakukan untuk mencapai pemahaman yang solid dalam komunikasi. Setelah pemahaman terbentuk dan diterima, langkah selanjutnya adalah memastikan pemeliharaan hubungan. Komunikator bertanggung jawab untuk memastikan bahwa penerima pesan memahami isi yang disampaikan.

b. *To establish acceptance*

Setelah proses pemahaman terjadi, langkah berikutnya adalah menjaga dan memperkuat pemahaman tersebut melalui pembinaan yang efektif.

c. *To move action*

Terkait dengan usaha untuk menginspirasinya, strategi komunikasi melibatkan aspek makro dan mengikuti pendekatan piramidal vertikal dalam prosesnya.

2.2.3.4. Prinsip Strategi Komunikasi

Menurut Fazryan (2022) menekankan pentingnya memahami langkah-langkah taktis strategi komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dengan mendasarkan pada beberapa prinsip berikut.

- a. Memahami konteks pesan komunikasi dengan mendekati klien atau karyawan secara langsung dan mempertimbangkan situasi dan masalah yang relevan.
- b. Menyesuaikan komunikasi dengan kebutuhan, minat, dan perhatian target audiens, termasuk memperhatikan konteks, waktu, lokasi, dan karakteristik audiens.
- c. Memahami arti kata dalam komunikasi untuk memastikan pesan mudah dipahami oleh penerima.
- d. Menggunakan simbol dan stereotip sebagai alat komunikasi yang kuat dan langsung untuk menyampaikan pesan kompleks kepada banyak orang.
- e. Mengidentifikasi dan mengatasi berbagai hambatan dalam komunikasi, termasuk hambatan sosial, usia, bahasa, ekonomi, politik, dan rasial.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip yang telah disebutkan, strategi komunikasi memiliki landasan yang kokoh dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pemahaman yang mendalam terhadap konteks pesan komunikasi memungkinkan untuk merancang pesan yang relevan dengan menyesuaikan komunikasi dengan kebutuhan, minat, dan perhatian target audiens.

2.2.4. *Stunting*

2.2.4.1. Definisi *Stunting*

Menurut Faustyna (2023) *Stunting* yang juga dikenal sebagai perawakan pendek, merupakan suatu kondisi di mana tinggi badan seseorang tidak sesuai dengan umurnya, yang dapat diukur dengan menggunakan skor Z-indeks Tinggi

Badan menurut Umur (TB/U). Seseorang dianggap mengalami *stunting* jika skor Z-indeks TB/U-nya berada di bawah standar deviasi. *Stunting* sering kali disebabkan oleh kekurangan asupan gizi, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, serta tingginya tingkat penyakit atau bisa merupakan kombinasi dari keduanya. Kondisi ini biasanya sering terjadi di negara-negara dengan kondisi ekonomi yang kurang stabil.

Menurut Dewey & Begum (dalam Bender, 2022) *Stunting* atau perawakan pendek, adalah kondisi di mana tinggi badan seorang anak tidak sesuai dengan usia dan jenis kelaminnya, dimana tinggi badan berada di bawah -2 SD dari standar WHO. Namun, penting untuk dicatat bahwa *stunting* tidak hanya berkaitan dengan tinggi badan anak, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan sel otak, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan penurunan tingkat kecerdasan dan produktivitas yang tidak optimal.

Berdasarkan uraian di atas, *stunting* merupakan kondisi yang serius karena tidak hanya berkaitan dengan masalah tinggi badan, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan sel otak, kecerdasan, dan produktivitas individu. Penyebabnya sering kali terkait dengan kekurangan asupan gizi dan tingkat penyakit yang tinggi, terutama di negara-negara dengan kondisi ekonomi yang kurang stabil. Oleh karena itu, upaya pencegahan dan penanggulangan *stunting* perlu menjadi prioritas dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan perkembangan anak-anak di seluruh dunia.

2.2.4.2. Penyebab *Stunting*

Kurangnya asupan gizi yang esensial seperti protein, zat besi, vitamin A, vitamin D, dan mineral lainnya selama masa pertumbuhan anak-anak merupakan faktor utama yang sering kali menyebabkan *stunting*. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk akses terbatas terhadap makanan bergizi, pola pemberian makan yang tidak sesuai, seperti tidak memberikan ASI secara eksklusif selama enam bulan pertama kehidupan, serta paparan terhadap infeksi dan penyakit yang sering. Sanitasi yang buruk dan lingkungan yang tidak aman juga bisa menjadi faktor penyebab. Selain itu, kondisi sosio-ekonomi yang rendah, seperti kemiskinan, keterbatasan akses terhadap layanan kesehatan, dan kurangnya pendidikan tentang gizi, juga berkontribusi terhadap tingginya angka *stunting*. Menurut Kartika (2020) berdasarkan hasil analisis dikelompokkan menjadi tiga kategori dan hubungannya dengan kejadian *stunting*, di antaranya:

a. Hubungan Pengetahuan Ibu dan Pola Asuh terhadap Kejadian *Stunting*

Penelitian menunjukkan bahwa anak-anak dari ibu dengan pendidikan rendah memiliki risiko lebih tinggi untuk mengalami *stunting*. Pendidikan ibu secara tidak langsung berhubungan dengan *stunting* melalui pengambilan keputusan terkait gizi dan perawatan kesehatan. Selain itu, pola asuh yang tidak tepat juga berkontribusi terhadap risiko *stunting*. Program pendidikan kesehatan dan sosialisasi informasi parenting dapat memodifikasi pengetahuan ibu dan pola asuh orang tua, termasuk pemilihan makanan yang bergizi, praktik kebersihan, serta pemanfaatan layanan kesehatan untuk mencegah *stunting*.

- b. Hubungan antara Berat Badan Lahir Rendah (BBLR) dan Status Gizi terhadap *Stunting*.

Berdasarkan penelitian, BBLR merupakan faktor risiko utama yang secara konsisten terkait dengan *stunting* pada anak. Lingkungan pra kelahiran juga memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan anak setelah lahir, menunjukkan pentingnya perhatian terhadap status gizi ibu selama kehamilan. Selain itu, status gizi anak juga berkaitan dengan *stunting*, di mana anak-anak dengan kekurangan protein dan zinc memiliki risiko lebih tinggi untuk mengalami *stunting*. Program-program seperti peningkatan pemberian ASI eksklusif dan pemantauan perkembangan berat badan balita dapat membantu mencegah masalah BBLR dan masalah status gizi, sementara asupan gizi ibu selama kehamilan dan pemantauan kondisi kehamilan juga penting untuk diperhatikan.

- c. Hubungan antara Status Ekonomi Keluarga dengan *Stunting*.

Kondisi sosial ekonomi keluarga, termasuk akses sanitasi dan sumber air minum yang tidak sesuai, memiliki dampak signifikan terhadap *stunting*. Penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara pendapatan keluarga yang rendah dengan kejadian *stunting* pada anak usia 0-23 bulan. Balita dari keluarga dengan pendapatan perkapita rendah memiliki risiko lebih tinggi mengalami *stunting* dibandingkan dengan keluarga yang memiliki pendapatan cukup. Hal ini mungkin disebabkan oleh daya beli yang rendah terhadap makanan bergizi, sehingga

meningkatkan risiko kekurangan zat gizi pada ibu hamil dan balita, yang pada akhirnya meningkatkan risiko terjadinya *stunting* pada anak.

2.3. Kerangka Teoritis

Komunikasi Kesehatan yaitu suatu kajian yang mendalam dan kompleks karena melibatkan berbagai elemen seperti individu komunikator, pesan, hubungan personal, hubungan dengan ahli Kesehatan, organisasi, media, budaya serta masyarakat (Littlejohn, 2017). Dalam menganalisis fenomena komunikasi kesehatan, terdapat berbagai teori komunikasi dan pendekatan yang membahas berbagai aspek, seperti interaksi antara pasien dan tenaga kesehatan, proses penyampaian informasi kesehatan kepada masyarakat, pola kerja tenaga kesehatan, dan juga akses kesehatan dalam suatu kelompok tertentu.

Risk and Crisis Communication Management Theory merupakan teori yang dirumuskan oleh Matthew Seeger, teori ini biasanya digunakan untuk menganalisis suatu fenomena krisis kesehatan, misalnya asupan gizi yang kurang, sanitasi yang buruk, akses terbatas terhadap layanan kesehatan, dan faktor-faktor lingkungan lainnya yang menyebabkan terjadinya *stunting* (Littlejohn, 2017). Risk and Crisis Communication Management Theory dibagi kedalam empat model fase manajemen krisis (Littlejohn, 2017), diantaranya:

1. Pencegahan (*prevention*). adalah langkah yang bertujuan untuk meminimalisir resiko.
2. Persiapan (*preparation*), adalah strategi yang dirancang untuk mengatasi situasi krisis.

3. Tanggapan (*response*), adalah langkah-langkah yang diambil untuk penyelesaian situasi krisis.
4. Pembelajaran (*learning*), adalah tahap akhir yang terjadi setelah situasi krisis teratasi.

Seeger tidak hanya mengembangkan model fase manajemen krisis, tetapi juga menciptakan sepuluh strategi yang dapat digunakan untuk memastikan keberhasilan manajemen krisis. strategi tersebut mencakup:

1. Pentingnya peran komunikator sebagai pemangku kebijakan dalam menangani krisis.
2. Merencanakan tindakan dengan mempertimbangkan risiko dari situasi serupa dalam menyampaikan krisis dan merancang strategi penanganan darurat.
3. Terlibat dalam dialog dengan masyarakat.
4. Mendengarkan masukan dan keluhan dari masyarakat untuk memahami kondisi yang sebenarnya.
5. Melakukan komunikasi krisis dengan jujur dan transparan.
6. Mengoordinasikan dan bekerja sama dengan pemangku kepentingan yang dapat dipercaya.
7. Berkomunikasi secara efektif melalui media untuk menyampaikan pesan dengan baik.
8. Berkomunikasi dengan empati dan perhatian.
9. Menerima ketidakpastian situasi saat krisis.

10. Menghindari membuat janji yang berlebihan karena situasi dapat berubah sewaktu-waktu.

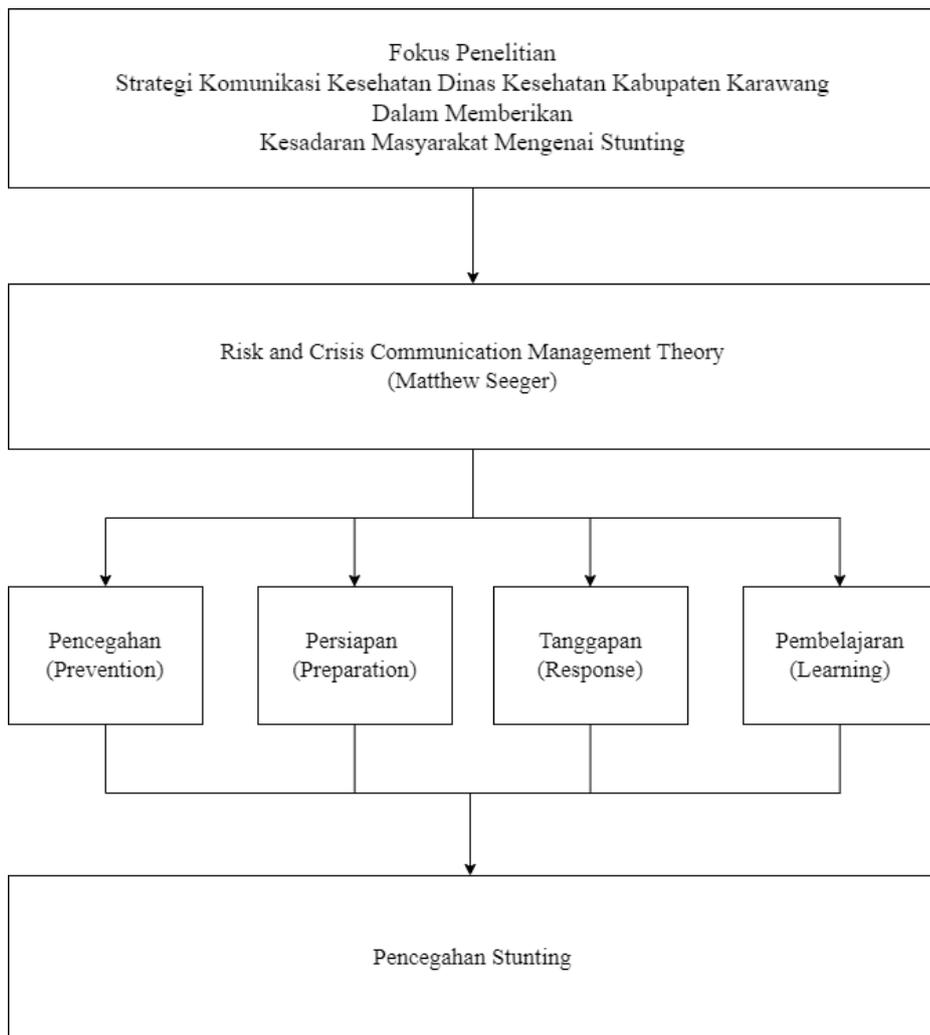
Tujuan dari strategi ini adalah untuk menyebarkan informasi dengan jelas agar masyarakat tidak merasa bingung. Teori ini berfokus pada penanganan krisis kesehatan di berbagai daerah atau negara dengan memanfaatkan komunikasi yang efektif dan terbuka. *Stunting* telah menyebabkan krisis kesehatan yang memerlukan penanganan yang cepat, tepat, efektif, dan akurat. Oleh karena itu, manajemen komunikasi kesehatan yang tepat dan efektif sangat diperlukan dalam menghadapi krisis tersebut dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat.

2.4. Kerangka Pemikiran

Dalam merencanakan penelitian ini, peneliti menggunakan pandangan dari pakar terkait teori yang relevan dengan fokus dan area penelitian mereka. Ini menjadi landasan yang kuat serta panduan untuk menafsirkan fakta yang teramati di lapangan, sehingga memungkinkan penyimpulan yang objektif berdasarkan masalah yang diidentifikasi. Peneliti akan menguraikan teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dan menggunakan mereka sebagai landasan untuk kerangka pemikiran penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kesehatan dalam kondisi situasi saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Risk and Crisis Communication Management Theory yaitu, teori ini dirumuskan oleh Matthew Seeger, biasanya teori ini digunakan untuk menganalisis suatu fenomena krisis kesehatan, misalnya *stunting* (Littlejohn, 2017).

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran
Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Meningkatkan Kesadaran
Masyarakat Mengenai Stunting



Dalam **Gambar 2.1** dijelaskan bahwa terdapat 4 tingkatan dalam Risk and Crisis Communication Management Theory. *Prevention (pencegahan)*, adalah langkah

yang bertujuan untuk meminimalisir resiko. Dinas Kesehatan Kabupaten Karawang mengambil tindakan dengan meluncurkan program "7 Langkah Cegah Stunting," yang dikenal dengan singkatan ABCDEFG. Langkah-langkah tersebut mencakup: A untuk Aktif Minum Tablet Tambah Darah (TTD), B untuk Bumil Teratur Periksa Kehamilan Minimal 6 Kali, C untuk Cukupi Konsumsi Protein Hewani, D untuk Datang ke Posyand Setiap Bulan, E untuk Eksklusif ASI 6 Bulan, dan F untuk Fungsikan Jamban Sehat. *Preparation (persiapan)*, strategi yang dirancang untuk mengatasi situasi krisis. Dinas Kesehatan Kabupaten Karawang menerapkan strategi ini dengan melakukan sosialisasi yang luas kepada masyarakat untuk memastikan bahwa program ini dapat berjalan dengan efektif. *Response (tanggapan)*, langkah-langkah yang diambil untuk penyelesaian situasi krisis. Dinas Kesehatan Kabupaten Karawang terus menghimbau masyarakat untuk aktif bekerja sama dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan ini. Himbauan tersebut disampaikan oleh TPPS (Tim Percepatan Penurunan Stunting) di tingkat kabupaten, kecamatan, dan desa, serta juga oleh TPK (Tim Pendamping Keluarga) dan tenaga Kesehatan puskesmas. *Learning (pembelajaran)*, tahap akhir yang terjadi setelah situasi krisis teratasi. Dalam tahap ini, Dinas Kesehatan Kabupaten Karawang melakukan evaluasi terhadap pencapaian-pencapaian program yang sudah dilakukan.