

## **STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM ANTI *STUNTING* ANGGOTA DPR DI DAERAH PEMILIHAN (Studi Kasus Anggota Komisi IX DPR RI Darul Siska Daerah Pemilihan Sumatera Barat I)**

**Subki Abdul Qadir<sup>1</sup>, Hadiati Hadiati<sup>2</sup>, Retno Intani<sup>3</sup>**

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta, Indonesia  
Email korespondensi: ukiabdul@gmail.com

### **Abstract**

*Stunting is a serious health problem in many countries, including Indonesia. High stunting prevalence rates can have a negative impact on children's physical and cognitive development, as well as the productivity and quality of human resources in the future. As representatives of the people, members of the People's Representative Council of the Republic of Indonesia (DPR RI) have an important role in overcoming the stunting problem in their electoral districts. The aim of the stunting campaign is to increase public awareness and understanding regarding stunting. An anti-stunting communication strategy for DPR members in electoral districts is a key step in efforts to educate and mobilize action to reduce stunting prevalence rates. This strategy must take into account the cultural, social and economic context of each electoral district. Harold Lasswell's concept of communication strategy puts forward five key questions in communication analysis: "Who?", "Says What?", "In Which Channel?", "To Whom?" ?, and "With What Effect). The results of this research show that members of Commission IX DPR RI use various communication strategies in socializing anti-stunting programs using mass media, social media, direct meetings with the community and collaboration with interest groups. related to conveying the message about the importance of anti-stunting programs.*

**Keywords:** Communication Strategies, Commission IX Parliament Members, Stunting Socialization

### **Abstrak**

*Stunting merupakan salah satu masalah kesehatan yang serius di banyak negara, termasuk Indonesia. Angka prevalensi *stunting* yang tinggi dapat berdampak negatif pada perkembangan fisik dan kognitif anak-anak, serta produktivitas dan kualitas sumber daya manusia di masa depan. Sebagai perwakilan rakyat, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) memiliki peran penting dalam mengatasi masalah *stunting* di daerah pemilihan. Tujuan dari kampanye *stunting* adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait *stunting*. Strategi komunikasi anti *stunting* untuk anggota DPR di daerah pemilihan adalah langkah kunci dalam upaya mengedukasi dan menggerakkan tindakan untuk mengurangi angka prevalensi *stunting*. Strategi ini harus memperhatikan konteks budaya, sosial, dan ekonomi setiap daerah pemilihan. Konsep strategi komunikasi Harold Lasswell mengemukakan lima pertanyaan kunci dalam analisis komunikasi: "Who (Siapa)?", "Says What (Mengatakan Apa)?", "In Which Channel (Melalui Saluran Apa)?", "To Whom (Kepada Siapa)?", dan "With What Effect (Dengan Efek Apa)". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anggota Komisi IX DPR RI menggunakan berbagai strategi komunikasi dalam sosialisasi program anti *stunting* dengan menggunakan media massa, media sosial, pertemuan langsung dengan masyarakat dan kolaborasi dengan kelompok kepentingan terkait untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya program anti *stunting*.*

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi, Anggota Komisi IX DPR RI, Sosialisasi *Stunting*

## PENDAHULUAN

Sosialisasi menjadi hal penting yang harus dilakukan dalam setiap kebijakan atau program yang luncurkan oleh pemerintah. dengan sosialisasi masyarakat dapat mengetahui informasi sekaligus dapat berpartisipasi untuk mensukseskan tujuan dari kebijakan yang pemerintah rencanakan. Penyebaran informasi mengenai nilai-nilai dan norma-norma adalah inti dari sosialisasi yang dilakukan oleh badan-badan atau kelompok-kelompok kepentingan untuk mananamkan nilai-nilai, sikap-sikap dan pengetahuan pada objek sosialisasi.

Berdasarkan hasil dari Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2021 yang dilaksanakan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, angka prevalensi *stunting* di Indonesia pada 2021 sebesar 24,4% atau 5,33 juta balita. Istilah *stunting* masih terdengar asing di telinga sebagian masyarakat. Dikutip dari halaman website Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Kementerian Kesehatan RI, *stunting* adalah masalah kurang gizi dan nutrisi kronis yang ditandai tinggi badan anak lebih pendek dari standar anak seusianya. Masalah *stunting* penting untuk diselesaikan, karena berpotensi mengganggu potensi sumber daya manusia dan berhubungan dengan tingkat kesehatan, bahkan kematian anak. Menurut WHO, masalah kesehatan masyarakat dapat dianggap kronis bila prevalensi *stunting* lebih dari 20 persen. Artinya, secara nasional masalah *stunting* di Indonesia tergolong kronis, terlebih lagi di 18 provinsi yang prevalensinya melebihi angka nasional. Hal inilah yang membuat *stunting* menjadi perhatian serius pemerintah seperti yang tertuang dalam Peraturan Presiden nomor 72 tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan *Stunting*. Perpres ini merupakan payung hukum bagi Strategi Nasional (Stranas) Percepatan

Penurunan *Stunting* yang telah diluncurkan dan dilaksanakan sejak tahun 2018.

Perjalanan menuju tahun 2024 hanya menyisakan 2 tahun lagi. Di tahun itu ada hal penting yang harus dicapai. Bukan soal kontestasi politik pemilihan presiden, tetapi penurunan *stunting* yang harus mencapai target 14 persen. Percepatan penurunan *stunting* saat ini semakin dikebut. Untuk mencapai target, pemerintah melalui Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) memiliki strategis dengan Rencana Aksi Nasional Percepatan Penurunan *Stunting* (RAN PASTI). RAN Pasti merupakan upaya pemerintah pusat mengkonsolidasikan atau mengkonvergensi kegiatan-kegiatan, program, dan anggaran yang didalamnya terdapat pemerintah daerah, berbagai pemangku kepentingan, serta swasta.

Upaya menurunkan angka *stunting* di setiap daerah di Tanah Air hingga mencapai target 14% pada 2024 dilakukan dengan cara berbeda-beda. Seperti yang dilakukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Sumatera Barat yang terus melakukan sejumlah program untuk menurunkan angka prevalen *stunting* atau kekerdilan pada anak akibat kurang gizi. Dikutip dari halaman website BKKBN Sumatera Barat, mereka telah membentuk Tim Pendamping Keluarga (TPK) yang berjumlah kurang lebih 10.000 orang. Tim tersebut telah tersebar di setiap kelurahan dan desa adat. TPK tersebut terdiri atas bidan, kader PKK, dan kader KB yang bertugas untuk deteksi dini faktor risiko *stunting*, melakukan upaya meminimalisir atau mencegah pengaruh bila terdapat faktor risiko *stunting* di suatu keluarga, mendampingi calon pengantin, pasangan usia subur yang hamil, pasangan usia subur setelah melahirkan sampai memiliki anak. Selain itu BKKBN Sumatera Barat juga melakukan sejumlah komunikasi dengan lintas sektor seperti forum rektor sebagai upaya membantu percepatan penurunan *stunting*.

Komisi IX DPR RI yang bermitra dengan Kementerian Kesehatan dan Badan

Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menaruh perhatian yang sama kepada pencegahan dan penanganan *stunting* di berbagai daerah. Salah satu tugas dan wewenang sebagai anggota DPR RI adalah melakukan fungsi pengawasan. Dalam hal ini adalah fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan salah satu kebijakan pemerintah yang berada di bawah pengawasan Komisi IX DPR RI yaitu menurunkan angka prevalensi *stunting* nasional pada tahun 2024. Bersama BKKBN, Komisi IX DPR RI terus melakukan sosialisasi RAN Pasti dan Komunikasi Informasi, dan Edukasi (KIE). Kegiatan kolaborasi dengan mitra kerja ini juga merupakan upaya argumentatif dan persuasif yang langsung menyentuh masyarakat dan keluarga Indonesia karena dilakukan melalui promosi, edukasi serta dialog/diskusi langsung dengan masyarakat di tingkat lini lapangan.

Namun, di tengah upaya sosialisasi penurunan angka *stunting* oleh berbagai pihak yang ditargetkan rampung pada 2030, di mana Indonesia bebas *stunting*, nyatanya ada sebagian masyarakat yang masih belum memahami apa itu *stunting* dan penyebabnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu Kesadaran masyarakat yang masih rendah terhadap bahaya *stunting* menyebabkan belum optimalnya sosialisasi yang dilakukan oleh *stakeholder* terkait kepada masyarakat terkait dengan program anti *stunting*.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui: (1) Gambaran secara umum mengenai strategi komunikasi anggota DPR RI Darul Siska dalam sosialisasi program anti *stunting* di daerah pemilihannya (2) informasi kendala dalam sosialisasi program anti *stunting* di daerah pemilihannya.

## Strategi

Strategi komunikasi merupakan penggabungan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*), dan manajemen komunikasi (*management communication*) dalam mencapai tujuannya (Effendy, 2015:32). Maka dari itu dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menampilkan operasionalnya secara taktis, dalam arti pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Dalam strategi komunikasi ketika kita sudah memahami sifat komunikasi, dan memahami efek yang ditimbulkan dari mereka, maka sangatlah penting dalam memilih cara apa yang baik untuk berkomunikasi, karena ini berkaitan dengan media apa yang akan kita gunakan. Tujuan strategi komunikasi terdiri dari tiga central, diantaranya yaitu; (1) *to secure understanding*, (2) *to establish acceptance*, dan (3) *to motivate action*. Ketiga tujuan tersebut saling berhubungan satu sama lain, *to secure acceptance* yang berarti komunikasi mengerti dengan pesan yang diterimanya, kemudian ketika komunikasi sudah menerima maka komunikasi harus dibina (*to establish acceptance*) dan pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasi (*to motivate action*).

Dalam proses penyusunan strategi komunikasi diperlukan pemikiran dengan memperhatikan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Namun akan lebih baik jika strategi komunikasi diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung atau penghambat pada setiap komponen, diantaranya faktor kerangka referensi, faktor situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi (Yusuf Zainal Abidin, 2015:116).

## Konsep Model Komunikasi

Di dalam buku *The Communication Of Ideas* suntingan Lyman Bryson, Laswell mengungkapkan bahwa yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan "Who Says

*What In Which Channel To Whom With What Effect*" yang berarti bahwa a. *Who* (Siapakah komunikator) b. *Says What* (Pesan apa yang disampaikan) c. *In Which Channel* (Media apa yang digunakan) d. *To Whom* (Siapa komunikasi) e. *With What Effect* (Efek apa yang diharapkan).

Sebagai upaya dalam merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran, maka diperlukan penyusunan strategi komunikasi yang sistematis. Arifin mengungkapkan bahwa agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut; (a) Mengenal khalayak. Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk mempersatukan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama. (b) Menentukan tujuan. Adapun tujuan komunikasi diantaranya yaitu memberikan informasi, menolong orang lain, menyelesaikan masalah dan membuat keputusan dan mengevaluasi perilaku secara efektif. (c) Menyusun pesan. Dalam melakukan strategi komunikasi, perlu dilakukan penyusunan pesan terlebih dahulu agar strategi berjalan dengan baik sesuai dengan rencana. Penyusunan pesan haruslah memperhatikan tatanan bahasa yang akan digunakan dalam berkomunikasi. Hal tersebut bertujuan mendapatkan perhatian dari sasaran komunikasi sejak awal komunikasi. (d) Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan. Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut

mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikasi.

### Sosialisasi

Menurut (Geertz, 1983:7) Sosialisasi diartikan sebagai suatu proses kesinambungan di sepanjang hidup seseorang dimana anggota keluarga dan orang-orang terdekat dari individu itulah yang berperan di dalamnya. Situasi lingkungan dan individu-individu lain di setiap tingkat kehidupan manusia memiliki peranan penting dalam proses sosialisasi untuk membangun manusia seutuhnya. Dengan kata lain proses sosialisasi akan membantu individu mencapai kemampuan untuk menyesuaikan diri terhadap cara hidup dan cara berpikir dari kelompoknya (Khairuddin, 1997:63).

Sosialisasi dapat dibagi ke dalam dua jenis, diantaranya yaitu; (1) Sosialisasi primer. Sosialisasi primer dapat dikatakan sebagai sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga) yang dimana sosialisasi ini berlangsung pada saat kanak-kanak. (2) Sosialisasi sekunder, sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat (Peter L. Berger dan Luckman).

Sosialisasi dibagi ke dalam dua sifat, yaitu sosialisasi formal dan sosialisasi informal. Sosialisasi formal adalah sosialisasi yang terjadi di lembaga-lembaga resmi atau lembaga berwenang dimana ada peraturan yang ditetapkan dan ketentuan yang berlaku dalam negara. Seperti lembaga pendidikan, pendidikan militer, pemerintahan, maupun di perusahaan swasta. Sedangkan sosialisasi informal yaitu sosialisasi yang umumnya terjadi di lingkungan masyarakat atau di dalam lingkungan pergaulan yang bersifat kekeluargaan dimana tidak ada aturan tertulis dan semuanya didasarkan pada nilai dan norma masing-masing orang. Seperti kelompok bermain atau anggota komunitas tertentu.

Menurut Agustin (2014), tujuan sosialisasi antara lain: (1) Memberi keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melangsungkan kehidupan seseorang kelak di tengah-tengah masyarakat. (2) Menambah kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien serta mengembangkan kemampuan membaca, menulis, dan bercerita. (3) Membantu pengendalian fungsi-fungsi organik melalui latihan mawas diri yang tepat. (4) Membiasakan individu dengan nilai-nilai kepercayaan yang ada di masyarakat.

Menurut Ibeng (2020), fungsi sosialisasi dibagi dua macam yaitu: (1) Dari segi kepentingan individu, sosialisasi berfungsi supaya seorang individu dapat mengenal, mengakui serta menyesuaikan dirinya dengan nilai, norma dan struktur sosial yang terdapat dalam masyarakat. dan (2) Dari segi kepentingan masyarakat, sosialisasi berfungsi sebagai alat dalam pelestarian, penyebarluasan serta mewarisi nilai, norma, maupun kepercayaan yang terdapat didalam masyarakat.

Mahid (2002:17) mengungkapkan bahwa Dalam proses sosialisasi terdapat beberapa komponen di dalamnya, yakni: cara, peran, nilai, dan media yang digunakan, semuanya ini berdampak dan berpengaruh terhadap proses maupun hasil dari pelaksanaan sosialisasi tersebut. Subjek dan sasaran sosialisasi adalah masyarakat. Agen sosialisasi akan memobilisasi masyarakat untuk mendukung program yang di dapat pada materi sosialisasi dengan tujuan untuk mewujudkan cita-cita bersama.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI Senayan, pada Komisi IX DPR yang merupakan satu dari 11 (sebelas) Komisi yang ada di DPR RI yang berdasarkan Keputusan Rapat Paripurna DPR RI tanggal 4 November 2014. Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Agustus

2022, dengan focus penelitian kepada Darul Siska sebagai Anggota Komisi IX DPR RI dari partai Golongan Karya daerah pemilihan Sumatera Barat I.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sevilla (1996 : 61), pendekatan deskriptif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata sekarang. Sedangkan Sugiyono (2005

: 1), berpendapat bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggali informasi yang sesuai gambaran kondisi, objek, atau fenomena sosial saat dilakukannya penelitian.

Di dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang dimaksudkan untuk menggambarkan dan menjelaskan tentang strategi komunikasi Anggota DPR RI dalam sosialisasi program anti *stunting* di daerah pemilihannya. Penelitian deskriptif di dalam penelitian menggunakan studi kasus dan analisis dokumenter.

Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 862). Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah Anggota Komisi IX DPR RI dari Fraksi Partai Golongan Karya Daerah Pemilihan Sumatera Barat I Darul Siska. Sedangkan objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dajan 1986: 21). Dalam penelitian ini, objek penelitian ini meliputi (1) Strategi komunikasi, (2) Sosialisasi , dan (3) *Stunting*.

Menurut Lofland sebagaimana yang dikutip Moleong, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Sehingga beberapa sumber data yang dimanfaatkan dalam penelitian di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) ini meliputi : 1) *People*, 2) *Place*, 3) *Paper*.

Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti, (Sukandarrumidi, 2002 : 65). Informan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (a) Darul Siska (Anggota Komisi IX DPR RI yang membidangi kesehatan), (b) Fatmawati (Kepala BKKBN Provinsi Sumatera Barat), (c) Dr. Indra Murty Surbakti, MA. (Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan Kependudukan BKKBN Pusat).

Pengumpulan data akan dilakukan melalui dua teknik yakni, studi kepustakaan yang diambil dari buku, jurnal, makalah, dokumen-dokumen negara dan wawancara yang dilakukan kepada Darul Siska Anggota Komisi IX DPR RI dari Partai Golongan Karya (Golkar) daerah pemilihan Sumatera Barat I. Wawancara juga dilakukan kepada tenaga ahli, mitra kerja dan stakeholder terkait untuk melihat apakah strategi komunikasi yang dilakukan saat ini kepada masyarakat untuk menurunkan angka prevalensi stunting di daerah pemilihan Sumatera Barat I sudah tepat sasaran atau belum.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Analisis data merupakan suatu langkah penting dalam penelitian, karena dapat memberikan makna terhadap data yang dikumpulkan oleh peneliti. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi Miles dan Huberman (1992) dalam Sugiyono (2015:246).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Sosialisasi program penurunan prevalensi stunting merupakan bagian dari rencana strategi nasional pemerintah untuk menurunkan prevalensi stunting guna membentuk dan mempersiapkan generasi penerus untuk menghadapi masa bonus demografi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep komunikasi dari Harold Lasswell, dalam bukunya dinamika komunikasi yang dimuat dalam buku "*The Communication Of Ideas*" suntingan Lyman Bryson. Selain itu peneliti juga menggunakan konsep langkah-langkah strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Arifin, yaitu mengenal khalayak menentukan tujuan, menyusun pesan, menetapkan metode dan memilih media.

#### - **Who (Komunikator)**

Dalam proses komunikasi, komunikator berperan sebagai pengirim dan menjadi sumber informasi dalam segala situasi. Berdasarkan hasil temuan wawancara penelitian terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh Darul Siska Anggota Komisi IX DPR RI, selain dari Anggota Komisi IX DPR RI, peneliti juga menjadikan Kepala Perwakilan BKKBN Sumatera Barat, Fatmawati sebagai komunikator. Selain itu juga ada Bapak Deri Asta sebagai walikota Sawahlunto.

#### - **Mengenal Khalayak**

Mengenal khalayak merupakan langkah awal yang harus dilakukan komunikator sebagai pelaku strategi komunikasi dalam upaya mewujudkan komunikasi yang efektif. Untuk itu Darul Siska memandang bahwa mengenal khalayak menjadi titik awal dalam melakukan strategi komunikasi. Darul Siska menyatakan bahwa mengenal khalayak penting dilakukan sebelum melakukan sosialisasi program *stunting*, beliau sendiri melakukan pendekatan secara kultural sehingga mudah dipahami oleh Masyarakat. Dr. Indra Murty Surbakti, MA (kepala Pusat Penelitian Pengembangan Kependudukan BKKBN) juga menyatakan bahwa pentingnya mengenal khalayak dengan

baik yang harus disesuaikan dengan budaya daerah masing-masing. Fatmawati juga menyatakan hal yang sama.

- **Says What (Peser) / Menyusun Pesan**

Komunikator harus menyusun dan merancang pesan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran (komunikasi). Penyusunan pesan haruslah memperhatikan tatanan bahasa yang akan digunakan dalam berkomunikasi. Penggunaan bahasa dalam komunikasi menyesuaikan dari jenis komunikasi, sasaran komunikasi bahkan media komunikasi. Hal tersebut bertujuan mendapatkan perhatian dari sasaran komunikasi sejak awal komunikasi.

Sebagai Anggota Komisi X1 bidang Kesehatan, Darul Siska mengungkapkan bahwa akan terus mengupayakan untuk terus bisa memberikan sosialisasi dan edukasi kepada Masyarakat tentang bahaya *stunting* yang dihadapkan dengan masalah dantantangan seperti minimnya pengetahuan masyarakat terkait *stunting*, sehingga menimbulkan kesalahan pemahaman dalam penanganan dan pencegahan *stunting*. Darul Siska mengatakan upaya membangkitkan kesadaran masyarakat untuk peduli stunting terus diupayakan bersama dengan mitra kerja Komisi IX DPR RI. Berdasarkan hasil temuan wawancara penelitian terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh Darul Siska Anggota Komisi IX DPR RI yaitu dengan cara menanamkan stigma-stigma yang baik pada masyarakat ditengah stigma-stigma yang kurang baik mengenai *stunting*.

- **Menetapkan metode**

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi komunikasi, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikasi. Darul

siska mengungkapkan bahwa pada biasanya metode yang diterapkan ialah metode *canalizing*. Fatmawati juga mengungkapkan bahwa metode yang dilakukan yaitu *canalizing*. Dimana BKKBN Sumbar telah memiliki data by name by address yang bisa dijadikan acuan untuk dilakukan penanganan melalui pemetaan intervensi konvergensi bagi keluarga berisiko *stunting*.

Di dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, mereka menggunakan metode komunikasi edukatif agar masyarakat memahami apa itu *stunting*, dan Upaya-upaya apa yang harus dilakukan untuk mencegah *stunting*.

- **In Which Channel (Media yang digunakan) / Seleksi dan Penggunaan Media**

Dalam penyampaian pesan penerapan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media secara selektif yang disesuaikan dengan kultur setempat. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan bisa dipahami oleh masyarakat. Pemilihan media komunikasi juga sangat mempengaruhi strategi komunikasi. Media lokal bisa menjadi pilihan yang tepat untuk melakukan sosialisasi program *stunting* di wilayah Sumatera Barat. Selain media lokal, program ini juga dilakukan disebarluaskan melalui media sosial.

- **To Whom (Komunikasi)**

Berdasarkan hasil temuan wawancara penelitian terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh Darul Siska Anggota Komisi IX DPR RI, beliau mengungkapkan bahwa beliau melakukan sosialisasi mengenai *stunting* dengan memprioritaskan terhadap daerah dengan angka *stunting* tertinggi, dengan tetap memperhatikan daerah yang lainnya.

- **With What Effect (Efek)**

Adanya evaluasi kerja terhadap rencana rencana kerja yang sudah dikerjakan yang dimana hal yang paling

ditekankan yaitu mengenai dasar sosialisasi ini dilakukan. Program penurunan stunting di Sumatera Barat memang belum sesuai dengan apa yang diharapkan, namun untuk langkah-langkah ke arah sana sudah terlihat. Fatmawati juga menambahkan bahwa terdapat beberapa tantangan dalam upaya penurunan angka *stunting* di Sumbar yang antaranya bersumber dari rendahnya persentase pelayanan KB Pasca Persalinan karena di tahun 2022 terjadinya *refocusing* anggaran sehingga menyebabkan tidak terlaksananya kegiatan. Selain itu lemahnya komitmen bersama terhadap keberhasilan KB PP dan penurunan Kehamilan yang Tidak Diinginkan (KTD) dan masih lemahnya Sumber Daya Manusia di lapangan, terutama terkait dengan pencatatan dan pelaporan juga menjadi tantangan tersendiri. Masih lemahnya strategi dalam keberhasilan KB PP di tengah-tengah masyarakat, terutama promosi dan advokasi terkait KB menyesuaikan Program dengan kondisi generasi sekarang yang lebih banyak menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari, kemudahan generasi sekarang mengakses berita melalui media sosial sehingga tidak bisa lagi membedakan berita hoax dan berita yang benar.

Untuk efek dari program sosialisasi *stunting* yang dilakukan, Darul Siska mengungkapkan bahwa untuk efek dari program sosialisasi *stunting* di daerah yang berbeda tidak memiliki efek yang sama. Hal ini terjadi karena tergantung pada kepeduliannya pemerintah daerah masing-masing.

Untuk anggaran program penurunan *stunting* memiliki efek dalam penurunan angka *stunting*. Karena penganggaran itu sendiri sangat tergantung pada kepekaan daerahnya, misalnya ada anggaran desa yang 35% itu diperuntukkan untuk pangan, pangan di keluarga-keluarga yang memerlukan bantuan, antara lain keluarga yang membutuhkan bantuan ini

keluarga yang menderita *stunting*.

## Pembahasan

Sosialisasi program penurunan prevalensi *stunting* merupakan bagian dari rencana strategi nasional pemerintah untuk menurunkan prevalensi *stunting* guna membentuk dan mempersiapkan generasi penerus untuk menghadapi masa bonus demografi. Dalam menyelenggarakan program tersebut tentu diperlukan strategi komunikasi yang tepat dan efektif agar tujuan penurunan prevalensi *stunting* dapat tercapai.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep perencanaan strategi komunikasi Harold Lasswell untuk menguraikan strategi komunikasi dan konsep langkah-langkah strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Arifin, yang dilakukan oleh Darul Siska Anggota Komisi IX DPR RI dalam melaksanakan sosialisasi program *stunting*.

### Strategi Komunikasi Harold Laswell

Komunikator komponen ini menekankan pada pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam penelitian ini, ""siapa" merujuk kepada anggota Komisi IX DPR RI sebagai pengirim pesan atau komunikator, yaitu orang yang mengirim dan menjadi sumber informasi dalam segala situasi. Darul Siska sebagai Anggota Komisi IX DPR RI memainkan peran penting sebagai ""who"" dalam strategi komunikasi. Dia memiliki otoritas politik dan kepercayaan masyarakat sebagai seorang anggota parlemen, yang memberikan bobot dan kredibilitas pada pesan yang disampaikannya. Darul Siska secara aktif mengkampanyekan program anti *stunting*, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan audiensnya, sehingga dapat menjelaskan manfaat dan urgensi program tersebut ("says what").

Dari hasil temuan penelitian, dijelaskan bahwa dalam setiap sosialisasi program anti *stunting* di Daerah Pemilihan Sumatera Barat I, Darul Siska mengandeng mitra kerja seperti Bupati, Walikota, BKBN

Provinsi Sumatera Barat, para tokoh agama, tokoh budaya, tokoh masyarakat untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat tentang program anti *stunting*.

Peneliti melihat bahwa komunikator masih kesulitan untuk membangkitkan kesadaran dan perhatian masyarakat tentang bahaya *stunting*. Perbedaan latar belakang pendidikan, budaya, kebiasaan, adat istiadat menjadi salah satu kendala Darul Siska sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan seputar pencegahan program *stunting* kepada masyarakat. Pemerintah menargetkan penurunan prevalensi *stunting* dari 24% menjadi 14% pada tahun 2024. Komunikator menjelaskan bahwa *stunting* yang terjadi di Daerah Pemilihan Sumatera Barat I itu disebabkan oleh multifaktor, bukan hanya satu faktor saja, seperti kekurangan gizi, permasalahan pola asuh, masalah pemahaman masyarakat tentang bagaimana mendidik anak-anak yang lahir, bagaimana ibu memahami masa kehamilan, faktor kemiskinan, dan faktor rumah yang tidak sehat.

Mengenal khalayak, dengan latar belakang religi yang kuat di Provinsi Sumatera Barat, Darul Siska memilih untuk melakukan pendekatan secara kultural dengan memberikan motivasi dari segi agama. Dalam strategi komunikasi mengenal khalayak, Darul Siska melakukan identifikasi kelompok khalayak yang akan menjadi target dari sosialisasi program anti *stunting*. Dalam konteks ini, mungkin ada beberapa kelompok yang perlu dipertimbangkan, seperti ibu hamil, ibu menyusui, keluarga dengan balita, petugas kesehatan, dan masyarakat umum di wilayah tersebut.

Tahapan selanjutnya adalah penyusunan pesan. Pesan yang disampaikan harus mampu menyampaikan informasi yang jelas, persuasif, dan relevan terkait program *stunting*. Darul Siska merumuskan setidaknya beberapa tantangan yang

dihadapi dalam penyampaian pesan sosialisasi program anti *stunting*, yaitu minimnya pengetahuan masyarakat terkait *stunting* yang menyebabkan kesalahan pemahaman dalam penanganan pencegahan *stunting*, tingkat kesadaran masyarakat untuk peduli *stunting* yang masih rendah, dan stigma negatif di tengah masyarakat.

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak, metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Darul Siska menjelaskan setidaknya ada beberapa metode yang ia gunakan selama sosialisasi program anti *stunting*, yang pertama metode *canalizing*, metode *edukasi*.

Pemilihan media yang strategis akan memastikan pesan dapat mencapai khalayak target secara efektif. Kondisi latar belakang Provinsi Sumatera Barat yang agamis dan religius menjadi pertimbangan Darul Siska dalam menyeleksi dan menggunakan media sebagai sarana sosialisasi. Komunikan merupakan individu atau kelompok tertentu yang merupakan sasaran pengiriman seseorang yang dalam proses komunikasi ini sebagai penerima pesan. Dalam hal ini komunikator harus cukup mengenal komunikan yang dihadapinya sehingga nantinya diharapkan mendapatkan hasil yang maksimal dari pesan yang disampaikan. Sebagai seorang komunikator Darul Siska senantiasa menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat di daerah pemilihan maupun dengan mitra kerja. Penerima pesan atau komunikan di daerah pemilihan Sumatera Barat I.

Efek adalah respon, tanggapan atau reaksi komunikasi ketika ia atau mereka menerima pesan dari komunikator. Sehingga efek dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi. (Effendy, 2003: 68). Berdasarkan hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) Kementerian Kesehatan pada tahun 2022, prevalensi

balita *stunting* di Provinsi Sumatera Barat naik sebesar 25,2%, meningkat dari tahun sebelumnya yang masih berada di angka 23,3%. Darul Siska berharap dengan sosialisasi program anti *stunting* yang sudah dilakukan selama 4 tahun tersebut dapat berdampak positif dalam beberapa hal, antara lain: kesadaran Masyarakat, peningkatan partisipasi, perubahan perilaku, dukungan kebijakan, dan peningkatan akuntabilitas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Sosialisasi program *stunting* yang sudah dilakukan oleh Darul Siska di daerah pemilihan Sumatera Barat I sudah berjalan dengan baik, namun masih memerlukan kerja keras dan kerjasama dari seluruh pihak agar penurunan prevalensi *stunting* menjadi 14% pada tahun 2024 dapat tercapai. Dalam strategi penyusunan pesan Darul Siska menilai bahwa pesan merupakan kunci penting, dimana pesan sebagai sarana yang akan mengarahkan sasaran untuk mengikuti apa yang diharapkan dari kegiatan sosialisasi, yang akan membawa kepada pencapaian tujuan. Pesan yang disampaikan harus mampu menyampaikan informasi yang jelas, persuasif, dan relevan terkait program anti *stunting*.

Darul Siska menyoroti koordinasi yang masih lemah antara pemerintah daerah mulai dari pemerintah daerah terbawah, kepala desa, wali nagari, camat, bupati dan walikota dengan instansi terkait. Peningkatan koordinasi dan sinergi antara pemerintah daerah dan instansi terkait menjadi kunci dalam menyelesaikan permasalahan *stunting*.

Darul Siska menyayangkan masih rendahnya kedulian sejumlah kepala daerah di sejumlah wilayah di daerah pemilihan Sumatera Barat I, terbukti dengan angka prevalensi *stunting* yang masih tinggi di beberapa wilayah.

Sementara itu Kepala BKKBN Provinsi

Sumatera Barat, Fatmawati mengungkapkan sejumlah tantangan dalam upaya penurunan *stunting* salah satunya adalah refocusing anggaran. Refocusing anggaran selama pandemi covid-19 ternyata mempengaruhi program penurunan *stunting* di wilayah Sumatera Barat yang berdampak pada rendahnya persentase pelayanan Keluarga Berencana Pasca Persalinan (KB PP). Selain itu lemahnya komitmen bersama terhadap KB Pasca Persalinan dan Kehamilan yang Tidak Diinginkan (KTD). Tantangan lainnya adalah masih lemahnya Sumber Daya Manusia (SDM) di lapangan, terutama terkait dengan pencatatan dan pelaporan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Althoff, M. R. (2008). *Pengantar Sosiologi Politik Diterjemahkan oleh Kartini Kartono*. Jakarta: Rajawali.
- Anto Dajan. (1986). *Pengantar Metode Statistik II*. Jakarta: LP3ES.
- Anwar, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Situasi Balita Pendek (Stunting) di Indonesia, Edisi 1 Semester*. (n.d.).
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutaryo. (2005). *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Syafi'i Antonio. (2001). *Bank Syariah dari Teori kePraktek*, Cet. 1. Jakarta: