Journal of Humanity Studies
Volume 2 (1), Tahun 2023, 32-50

MEDIA SOSIAL DAN KAMPANYE PENCEGAHAN STUNTING

Bekti Handayani[1], Bambang Ariyanto[1]
[1]Universitas Bakti Kencana Serang, Banten
[2]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya, Banten
Email: bektihandayani@ubk.ac.id

ABSTRACT

This research aims to elaborate on the useful role of social media as a campaign channel in preventing stunting in Indonesia. The digital era means that various daily activities of citizens are greatly influenced by social media. The benefits of social media are then used by mothers of toddlers as a channel for information, interaction, participation, decentralization, transparency and digital accountability. Social media can then be used to disseminate various information about nutrition and prevention so that it can then become educational for the public. As a result, information generated by social media has created dynamic and participatory interaction patterns. This is due to the flexibility of the features possessed by various social media platforms, especially for use as the main channel for civic information. This research uses an explanatory qualitative approach with in-depth interview techniques and observations of mothers of toddlers in the Serang Regency area, Banten Province. The research results found that social media has played a role as the main information channel in strengthening knowledge about local food and nutrition for toddlers. This research also found that social media is very effective for use as a promotional channel and stunting prevention campaign.
KEYWORDS: Social Media, Campaign, Stunting Prevention, Mothers of Toddlers

PENDAHULUAN

Pencegahan stunting merupakan salah satu kebijakan afirmasi yang membutuhkan kolaborasi antar para pemangku kepentingan. Tanpa adanya kolaborasi antar pemangku kepentingan, sangat sulit penurunan angka stunting bisa terwujud dengan cepat (Handayani, 2021). Hal itu disebabkan oleh minimnya pengetahuan para ibu balita terkait peningkatan gizi dan pencegahan stunting. Dampaknya masih banyak daerah di Indonesia yang belum mengalami penurunan angka stunting. Perlu diketahui bahwa stunting merupakan kondisi gagal tumbuh pada anak balita akibat kekurangan gizi, infeksi berulang dan tidak mendapat cukup stimulasi psikososial sejak balita berada dalam kandungan sampai 1000 hari pertama kehidupannya (Rahmawati & Agustin, 2020). Dampak yang

ditimbulkan oleh kejadian stunting tidak hanya berakibat pada rendahnya kualitas kesehatan fisik, tetapi juga terganggunya perkembangan intelektual ketika anak-anak balita tersebut tumbuh menjadi dewasa (Maharani *et al*., 2018). Dengan kata lain stunting berdampak negatif pada kualitas sumber daya manusia. Kendati demikian berbagai langkah taktis pencegahan stunting belum mencapai target yang diinginkan. Menjadi pertanyaan kemudian adalah mengapa kampanye pencegahan stunting belum juga bisa menurunkan angka angka stunting diberbagai daerah?

Perlu diketahui bahwa penyebab kampanye pencegahan stunting tidak begitu masif bisa mencegah stunting minimnya pengetahuan dan wawasan para ibu balita dalam memperkuat gizi dan nutrisi para balita. Pengetahuan dan pemahaman terhadap gizi dan nutrisi balita masih menjadi kendala utama bagi mayoritas ibu di Indonesia (Frisilia & Handriani, 2022). Guna mengatasinya memang dibutuhkan saluran untuk memberikan pengetahuan tentang gizi melalui pemanfaatan produk pangan lokal yang sangat dibutuhkan oleh para ibu balita. Produk pangan lokal yang berasal dari wilayah perdesaan dapat diolah menjadi salah satu protein nabati dan hewani yang bisa mencegah kejadian stunting (Wulandari *et al*., 2022). Minimnya pengetahuan ini juga diakibatkan oleh ketidakpedulian para ibu balita untuk fokus memperhatikan gizi balita. Hal itu dikarenakan kesibukan para ibu balita yang telah bekerja, sehingga membuat banyak ibu balita hanya memberikan makanan siap saji dan tidak bergizi kepada para anak balitanya.

Berbagai kendala tersebut bersumber dari minimnya pengetahuan dan pemahaman para ibu balita yang kemudian membuat terciptanya kultur apatis di kalangan ibu balita. Bila para ibu balita terutama yang berdomisili di perdesaan dapat memanfaatkan potensi pangan lokal, maka secara tidak langsung bisa memenuhi kebutuhan gizi balita. Apalagi untuk wilayah perdesaan masih banyak ditemui beberapa bahan pangan lokal seperti buah, sayur, sagu, jagung hingga perikanan dan hewani yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan gizi balita. Akan tetapi kendala utama yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman, sehingga membuat banyak pangan lokal tidak dimanfaatkan dengan baik. Selama ini para ibu balita terutama di wilayah perdesaan belum mengetahui bahwa pangan lokal dapat digunakan sebagai makanan utama dalam memperbaiki gizi keluarga. Padahal pangan lokal banyak yang bermanfaat untuk diolah menjadi makanan bergizi bagi anak

balita. Oleh sebab itu diperlukan strategi penguatan pengetahuan tentang gizi balita sebagai langkah pencegahan stunting.

Salah satu langkah taktis tersebut yaitu dengan pemanfaatan media sosial menjadi saluran yang bisa digunakan oleh siapa saja untuk memperkuat pengetahuan bagi para ibu balita. Terlebih media sosial telah dikenal banyak memiliki kebermanfaatan seperti sebagai media promosi kesehatan bagi para pemangku kepentingan dalam memperkenalkan gizi balita serta langkah pencegahan stunting. Bahkan selama Pandemi Covid-19, media sosial telah dipergunakan oleh semua negara di dunia untuk berbagi informasi terkini (Chen *et al*., 2020). Dalam konteks Indonesia, media sosial merupakan saluran digital yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Merujuk data *wearesocial.com* diketahui masyarakat Indonesia menjadi salah satu pengguna terbanyak media sosial di dunia (Annur, 2022). Hal itu disebabkan media sosial lebih efektif, efisien dan ekonomi digunakan, sehingga menjadi landasan bagi publik untuk aktif memanfaatkanya dalam aktivitas keseharian. Sementara media sosial privat yang banyak dipergunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *platform* percakapan Whatsapp. Untuk *platform* media sosial publik yang paling banyak digunakan seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, dan Youtube. Akan tetapi dalam aktivitas keseharian kewargaan diketahui *platform* Whatsapp yang paling banyak dipergunakan.

Oleh sebab itu pemanfaatan media sosial dapat memberikan informasi penting dan bermanfaat bagi para ibu balita untuk mengetahui berbagai jenis gizi yang sangat dibutuhkan oleh anak balita. Media sosial kemudian banyak dipergunakan sebagai saluran terbaik untuk memperkenalkan gizi dan pencegahan stunting (Mulyadi *et al*., 2022). Dengan demikian informasi yang diperoleh dari media sosial dapat menjadi panduan bagi ibu balita untuk mengambil langkah strategis dalam pencegahan stunting. Kendati demikian tidak banyak *influencer* media sosial yang mau memperkenalkan gizi dan pencegahan stunting. Diketahui hanya beberapa *influencer* media sosial yang masih konsisten dalam mempromosikan gizi dan pencegahan stunting. Sementara akun media sosial resmi yang berasal dari instansi pemerintah belum secara maksimal mempromosikan pencegahan stunting. Dengan demikian di era digital diperlukan kolaborasi antar *influencer* untuk bisa memanfaatkan media sosial sebagai saluran promosi tentang gizi dan pencegahan stunting.

Seorang *influencer* akan banyak memberikan dampak signifikan dalam kampanye pencegahan stunting. Sebagai contoh bila ada informasi tentang konten gizi balita yang

diunggah dalam satu *platform* media sosial, maka secara tidak langsung informasi tersebut dapat dibaca dan dikomentari oleh pengguna lainnya. Dari sini kemudian timbul partisipasi aktif antar warganet untuk saling memberikan komentar dan memberikan pengetahuan baru seputar gizi dan pencegahan stunting. Interaksi yang tercipta bisa menjadi stimulus bagi para ibu balita untuk mendapatkan berbagai informasi terbaru yang dapat menjadi referensi dalam meningkatkan gizi balita terutama untuk pencegahan stunting. Lebih lanjut, pengetahuan yang tercipta tersebut berasal dari komentar para warganet dalam linimasa media sosial. Penciptaan pengetahuan baru tersebut tidak sebatas pada konten yang diunggah dalam media sosial, tetapi juga hadir dalam setiap komentar antar warganet.

Fenomena ini bisa dikatakan sebagai suatu sebuah pola diskusi partisipatif yang bisa memberikan banyak informasi dan pengetahuan baru bagi pembacanya. Meskipun masih ditemui berbagai komentar yang berujung pada sikap hinaan, tetapi perlu disadari hal itu lumrah sebagai bentuk dari dinamika yang timbul dalam linimasa media sosial. Gejala tersebut menegaskan bahwa media sosial bisa menciptakan partisipasi aktif bagi setiap penggunanya. Partisipasi yang berdampak terciptanya interaksi antar pengguna dalam linimasa media sosial tentang kebijakan yang transformatif (Lim, 2013). Dengan demikian media sosial bisa dikatakan sebagai salah satu saluran untuk pelembagaan partisipasi digital (*e-participation)* (Dijk, 2013). Dalam konteks ini partisipasi yang timbul dari interaksi di linimasa media sosial dari suatu konten gizi dan pencegahan stunting merupakan bentuk pengetahuan baru yang perlu didapatkan oleh ibu balita. Mengingat era digitalisasi setiap orang harus bisa beradaptasi dengan media sosial dan mengambil berbagai kebermanfaatan dari kehadiran media sosial.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengelaborasi tentang kebermanfaatan media sosial dan pengaruhnya terhadap perubahan perilaku generasi milenial (Arianto 2021). Amatan lain juga menjelaskan bahwa media sosial telah dipergunakan untuk berbagai hal seperti sebagai saluran pelayanan publik (Arianto, 2022). Dampaknya media sosial telah banyak dipergunakan para pemangku kepentingan untuk promosi pencegahan stunting yang lebih efektif (Simanjuntak *et al*., 2022). Sementara itu penelitian lain juga fokus pada pemanfaatan konten digital untuk media promosi kesehatan seperti mempergunakan poster, video animasi, hingga media sosial (Ernawati, 2022; Azzahra *et al*., 2022). Sementara penelitian dengan topik yang sama juga menjelaskan pemanfaatan media sosial sebagai cara

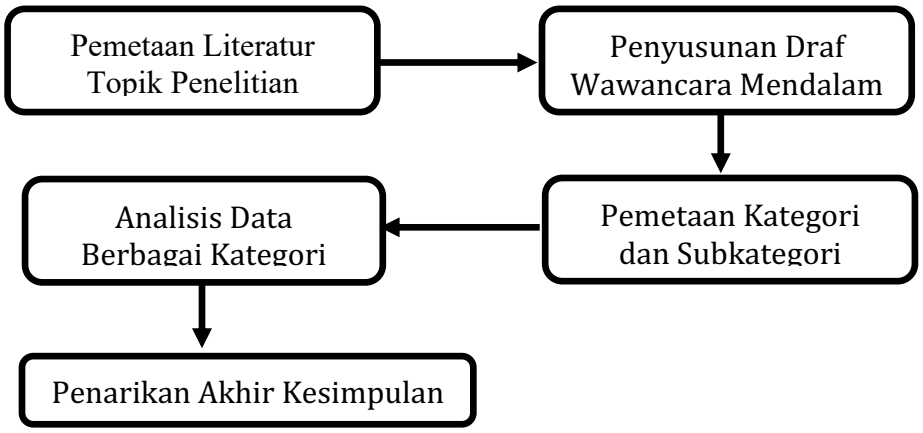
untuk promosi kesehataan dengan video animasi (Putri *et al*., 2021). Termasuk mempergunakan media sosial untuk konseling perilaku hidup sehat dan bersih (Mulyanti & Masdinarsyah, 2021). Kebermanfaatan ini membuat media sosial banyak dipergunakan dalam kampanye #SadarStunting yang berkolaborasi dengan para *influencer* agar bisa mempengaruhi perilaku kewargaan akan pencegahan stunting (Bender, 2022). Kendati demikian beberapa penelitian terdahulu belum secara komprehensif mengelaborasi peran media sosial sebagai saluran utama kampanye pencegahan stunting. Hal ini yang kemudian menjadi pembeda antara penelitian ini dengan sebelumnya. Penelitian ini lebih fokus pada kampanye pencegahan stunting berbasis media sosial. Dengan demikian penelitian ini ingin mengetahui bagaimana peran media sosial bagi pencegahan stunting bagi anak balita. Batasan dalam penelitian ini hanya pada peran dan fungsi media sosial yang dipergunakan sebagai saluran utama kampanye pencegahan stunting.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif eksplanatoris dengan studi kasus. Pengambilan studi kasus bertujuan untuk menemukan proses atau perilaku baru dalam obyek penelitian yang belum banyak dipahami secara luas (Meyer, 2001). Pendekatan kualitatif eksplanatoris dipilih untuk mengelaborasi peran dan fungsi media sosial sebagai saluran kampanye pencegahan stunting di era digitalisasi. Proses pengumpulan data penelitian menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada tiga (3) informan kunci yang merupakan ibu balita yang sedang menyusui dan memiliki balita kurang dari 1,5 tahun. Para informan ini dipilih berdasarkan tingkat penggunaan media sosial setiap hari yaitu melebihi 5 jam perhari. Dalam memperkuat temuan penelitian, juga dilakukan observasi langsung kepada para informan kunci dengan melacak akun media sosialnya masing-masing. Semua informan mempergunakan *platform* Instagram dalam mencari informasi dan berinteraksi di dunia maya.

Tahapan pengambilan data melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan teknik *semi structured interview* sesuai cakupan metodologi penelitian (Creswell & Creswell, 2003). Wawancara mendalam dibantu observasi bertujuan agar data yang diperoleh merupakan data primer dan bisa menjawab pertanyaan penelitian. Waktu pengumpulan data selama dua bulan dari bulan Agustus hingga September 2022 yang berlokasi di Desa

Mongpok Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang Banten. Penelitian ini menggunakan analisis data berbasis aplikasi NVivo 12 Plus, sehingga dapat melakukan koding berbasis kategori dan subkategori secara deduktif dan induktif. Pemilihan strategi bauran deduktif dan induktif agar teori yang digunakan dapat dikonfirmasi dengan temuan penelitian sehingga dapat menciptakan kebaruan (*research gap*). Tahapan dalam penelitian ini meliputi: (1) pemetaan berbagai literatur ilmiah dan data pendukung sesuai topik penelitian. (2) pengelompokkan (*coding*) berdasarkan kategori dan sub kategori permasalahan dan pola jawaban dari para informan kunci. 3) pembuatan peta kategori permasalahan dan pola jawaban informan untuk melihat visualisasi kategori permasalahan dan pola jawaban dari para informan. (4) penarikan akhir kesimpulan yang dilakukan dengan merangkum hasil akhir temuan penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi serta berbagai literatur ilmiah sesuai topik penelitian. Berikut ini merupakan visualisasi dari tahapan penelitian.



Gambar 1. Desain Penelitian 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Media Sosial dan Penguatan Gizi Balita

Media sosial memiliki banyak kebermanfaatan dalam berbagai aktivitas keseharian. Kebermanfaatan itu tidak hanya dirasakan oleh generasi muda semata, tetapi juga seluruh lapisan masyarakat. Publik kemudian banyak mempergunakan media sosial untuk berbagai kepentingan dan aktivitas keseharian. Kebermanfaatan dari media sosial membuat saluran ini bisa digunakan untuk berbagai seperti sarana komunikasi (Kaigo & Tkach-Kawasaki,

2012). Dengan demikian media sosial sangat tepat bila digunakan sebagai saluran pemberdayaan terhadap berbagai isu-isu kesetaraan gender (Carstensesn, 2013). Bagi kaum perempuan media sosial dapat dipergunakan untuk kegiatan penguatan informasi pemberdayaan masyarakat. Media sosial berperan sebagai saluran untuk mempromosikan berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis gender seperti pengembangan ekonomi rumah tangga maupun topik sejenis.

Berbagai fungsi dan peran media sosial, telah membuat banyak pengetahuan baru tercipta dari linimasa media sosial. Para ibu rumah tangga bahkan bisa semakin mengenal dengan baik tentang gizi, nutrisi dan Kesehatan anak. Telah banyak tercipta diskusi partisipasi secara online yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi para ibu balita. Dengan begitu, media sosial bisa dikatakan sebagai ruang publik baru dalam aspek pemberdayaan kewargaan (Masullo Chen, 2016). Dalam aktivitas keseharian terutama para ibu balita, *platform* media sosial yang paling banyak digunakan adalah Whatsapp, Facebook dan Instagram. Ketiga *platform* ini dikenal sangat mudah, sederhana dan lebih banyak efisien dalam pengoperasianya. Hal itu yang membuat banyak para ibu balita mempergunakan media sosial untuk memperkuat informasi, interaksi dan partisipasi dalam dunia maya. Dalam konteks penguatan gizi keluarga

Dalam konteks penguatan gizi balita, media sosial dipergunakan oleh para ibu balita untuk mencari berbagai informasi terkini. Informasi ini tersebar luas dalam berbagai konten yang kemudian bisa dipahami oleh para ibu balita. *Platform* Instagram menjadi yang terfavorit bagi para ibu balita dalam mencari informasi. Diketahui beberapa *influencer* media sosial yang selalu mengelaborasi tentang gizi balita banyak yang diikuti oleh para ibu balita. Beberapa akun *influencer* yang diikuti oleh para ibu balita tersebut yaitu akun Instagram Komunitas Ayah Asi Indonesia dengan akun @id_ayahasi, kemudian ada *influencer* Dr dr. Tan Shot Yen dengan akun @drtanshotyen, dan terakhir akun *influencer* Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI) dengan akun @aimi_asi. Ketiga akun *influencer* gizi balita ini memang memiliki fokus pada penguatan gizi balita. Berbagai konten tentang gizi balita seringkali ditampilkan oleh ketiga akun tersebut. Dampaknya para ibu balita banyak mendapatkan informasi baru tentang penanganan gizi bagi balitanya. Hal itu seperti yang diutarakan oleh salah satu informan berikut ini:

> *"Saya menjadi follower dari akun Influencer seperti @id_ayahasi, kemudian Dr dr. Tan Shot Yen dengan akun @drtanshotyen, dan terakhir akun influencer Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI) dengan akun @aimi_asi. Kontennya memang cukup bagus dan bermanfaat yang menyajikan tentang apa itu gizi dan apa saja yang dibutuhkan oleh balita kita. Daripada membaca saya lebih cepat melihat konten digital maupun video yang disajikan dalam akun tersebut"* (Informan A).

Selanjutnya, media sosial juga mendorong para penggunanya untuk aktif dalam berdiskusi secara partisipatoris di ranah digital. Apalagi media sosial sangat menyediakan ruang diskusi digital yang secara tidak langsung bisa mendorong para ibu balita untuk memberikan berbagai komentar maupun saran sesuai dengan pengetahuan masing-masing. Dinamika dari partisipasi ini kemudian membuat terciptanya suatu diskusi online antar para pengguna yang notabene merupakan para ibu balita. Tanpa disadari diskusi ini seperti ruang digital yang banyak memberikan informasi, pengetahuan baru dan berbagai wawasan bagi para ibu balita untuk meningkatkan gizi balita. Sebagai contoh para ibu balita ini dapat memahami berbagai jenis makanan sehat yang wajib dikonsumsi oleh anak balita. Selama ini banyak ibu balita yang memberikan buah-buahan pisang kepada anaknya yang masih berusia dua bulan, padahal sejatinya memberikan buah pisang harus melewati usia enam bulan keatas.

Dalam diskusi digital yang tercipta hanya dari kolom komentar, para ibu balita mendapatkan banyak informasi terbaru tentang pangan lokal yang bisa digunakan untuk memperkuat gizi balita. Berbagai pangan lokal tersebut seperti buah-buahan, sayur mayur, hingga protein dari hewani bisa diupayakan secara mandiri tanpa lagi harus membeli. Sebagai contoh ada ibu balita yang ternak ikan lele dan nila untuk memenuhi gizi balita. Kemudian ada pula ibu balita yang aktif menanam tanaman sayur mayur dan buah-buahan secara hidroponik untuk memenuhi gizi balita. Adapula ibu balita yang memanfaatkan tanaman liar seperti daun kelor sebagai tambahan nutrisi bagi balita. Pengetahuan tentang pangan lokal memang tidak semua dikuasai oleh ibu balita, tetapi media sosial kemudian memberikan wawasan baru tersebut. Tanpa disadari media sosial telah memberikan pengetahuan baru tentang pangan lokal kepada para ibu balita. Beberapa pengetahuan tersebut seperti pangan lokal seperti buah-buahan, jagung, umbi-umbian, ternak ikan dan ayam yang dapat menjadi sumber utama dari pemenuhan gizi keluarga. Bahkan daun kelor

bisa menjadi salah satu bentuk pangan lokal yang bisa memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan gizi balita. Pernyataan tersebut seperti yang diutarakan oleh beberapa informan berikut ini:

> *"Berkat media sosial saya bisa mengenal tentang apa itu pangan lokal yang sangat bermanfaat bagi gizi dan nutrisi anak saya. Saya juga baru tahu apa itu daun kelor yang bisa memberikan nutrisi bagi anak balita berkat sering melihat Instagam yang suka membahas topik kesehatan"* (Informan C).

Identifikasi tersebut menegaskan bahwa pengetahuan tentang pangan lokal masih minim dimiliki para ibu balita. Melalui pemanfaatan saluran media sosial, pengetahuan protein nabati yang diperoleh dari daun kelor bisa menambah khasanah baru bagi para ibu balita dalam penguatan gizi balita. Dengan kata lain dari kehadiran media sosial para ibu balita secara tidak langsung dapat terpacu untuk berpartisipasi dan mengejar pengetahuan baru tentang pangan lokal. Hanya dengan memberikan tanda suka (*like*), komentar maupun melakukan *sharing* ulang semakin membuktikan bahwa media sosial telah menciptakan partisipasi. Pernyataan tersebut seperti yang diutarakan oleh beberapa informan berikut ini:

> *"Saya sambil mengasuh anak saya selalu menyempatkan diri melihat informasi terkini di Instagram yang lagi viral. Tetapi yang paling utama saya cari adalah informasi tentang kesehatan. Saya utamakan informasi dan diskusi yang membahas tentang gizi balita karena ini sangat penting bagi anak saya"* (Informan C).

> *"Kalau di Instagram yang saya cari itu tentang informasi tips-tips merawat balita, karena saya baru pertama memiliki anak jadi suka repot hal-hal yang baru. Lewat media sosial saya harap bisa mendapatkan informasi yang saya butuhkan bagi perawatan balita"* (Informan A).

Dengan demikian kehadiran media sosial bagi para ibu balita sangat berkontribusi menambah pengetahuan tentang kesehatan anak balita. Beberapa konten yang diamati oleh para ibu balita kemudian menjadi referensi utama bagi ibu balita. Diketahui beberapa ibu balita juga memiliki kesibukan karena bekerja setiap hari, sehingga waktu untuk mengasuh anak balita memang terbatas. Akan tetapi berkat adanya media sosial, ibu balita bisa dengan mudah mendapatkan arahan dan masukan tentang mengasuh balita oleh seorang ibu bekerja. Melalui media sosial, banyak sekali para *influencer* maupun sahabat baru di media

sosial yang memberikan saran dan masukan agar para ibu balita yang bekerja tetap memperhatikan pemberian Air Susu Ibu (ASI) eksklusif dan makanan pendamping ASI lainnya. Beberapa tips dan trik diberikan oleh para warganet dan *influencer* agar bisa tetap terdepan memberikan gizi balita meskipun sehari-hari harus bekerja. Dengan begitu media sosial sangat berkontribusi dalam mengkampanyekan kesehatan balita bagi para ibu balita. Tanpa disadari media sosial seperti konsultan kesehatan yang bisa memberikan berbagai saran terbaik. Kendati demikian tetap harus dilakukan verifikasi informasi karena tentu tidak semua konten yang disajikan adalah benar. Oleh sebab itu para ibu balita bisa mengikuti para *influencer* yang memang ahli dibidang gizi dan kesehatan anak balita. Pernyataan tersebut seperti diutarakan oleh beberapa informan berikut ini:

> *"Media sosial bagi saya itu sebagai saluran yang bagus untuk kampanye hidup sehat. Banyak pengetahuan dan wawasan baru yang disebarkan oleh para influencer media sosial tentang cara hidup sehat. Tanpa media sosial mungkin sangat sulit bagi saya mendapatkan pengetahuan tentang kesehatan"* (Informan B).

> *"Media sosial itu selain informatif juga sangat membantu saya dalam memahami tentang kesehatan balita. Berkat media sosial membuat saya bisa semakin mengenal secara jelas tentang dunia kesehatan anak dan ini sangat penting bagi masa depan anak saya"* (Informan A).

B. Media Sosial Sebagai Saluran Kampanye Pencegahan Stunting

Pencegahan stunting tidak hanya dilakukan dengan sebatas memberikan seruhan, bimbingan maupun pelatihan kepada para ibu balita. Akan tetapi diperlukan penyebaran dan promosi atas informasi yang bisa diakses tanpa batas oleh para ibu balita. Penyebaran tersebut bertujuan agar informasi yang tersaji dapat konsisten dan berkelanjutan, sehingga dampaknya dapat terus melakukan edukasi kepada para ibu balita. Bagi para ibu balita pengetahuan tentang gizi dan stunting yang dikemas dalam konten digital menjadi sangat penting. Apalagi para ibu balita tersebut merupakan bagian dari para pekerja yang memang tidak memiliki banyak waktu untuk mengasuh anak balitanya. Dengan demikian di era digitalisasi diperlukan penguatan saluran informasi digital yang bisa beradaptasi dengan berbagai saluran digital. Media sosial merupakan salah satu saluran terbaik yang bisa

digunakan untuk menyajikan informasi digital tentang gizi dan pencegahan stunting secara konsisten dan berkelanjutan.

Bagi mayoritas generasi milenial termasuk ibu balita media sosial seringkali digunakan untuk mencari informasi dan berkomunikasi antar individu. Para pengguna media sosial terutama ibu balita sangat merasakan bahwa media sosial telah memberikan banyak informasi penting tentang stunting. Hal itu tampak dari perubahan perilaku para ibu balita yang telah menjadi pengikut (*follower*) salah satu akun *influencer* dari tokoh gizi dan kesehatan. Diketahui banyak ibu balita yang kemudian mengikuti arahan dan nasehat dari para *influencer* gizi untuk masa depan anak balitanya. Dalam linimasa media sosial banyak dikenal *influencer* gizi yang sangat aktif dalam mengkampanyekan pencegahan stunting melalui penyebaran konten kreatif. Berbagai unggahan oleh *influencer* gizi tampak menjelaskan strategi untuk pencegahan stunting dan perbaikan gizi balita. Bahkan para *influencer* ini juga berani untuk berseberangan dengan produk susu formula hingga menjelaskan bahaya susu formula tidak cocok bagi perbaikan gizi balita. Para *influencer* gizi dan kesehatan balita tersebut seringkali menampilkan unggahan konten digital berupa video animasi hingga infografis yang sangat penting bagi para ibu balita.

Sebagai contoh konten yang menampilkan berbagai makanan pendukung ASI yang dapat diracik sendiri tanpa harus lagi membeli. Unggahan lain juga menampilkan pemanfaatan pekarangan rumah untuk bisa ditanam berbagai sayur mayur hidroponik yang dapat dikonsumsi sendiri bagi perbaikan gizi balita. Bahkan seorang *influencer* juga aktif mendorong pemanfaatan tanaman liar dan tinggi nutrisi seperti daun kelor untuk bisa digunakan oleh para ibu balita dalam penguatan gizi stunting. Gambaran berbagai pengetahuan penting tersebut tentu ini tidak hanya bisa didapatkan oleh para ibu balita bila hanya mengandalkan dari membaca di internet maupun dari surat kabar. Diperlukan penguatan informasi yang konsisten dan berkelanjutan melalui saluran media sosial agar para ibu balita bisa semakin teredukasi dengan berbagai pengetahuan tersebut. Dalam penguatan informasi secara konsisten ini tentu diperlukan penggunaan konten kreatif. Bagi para penyelenggara kampanye pencegahan stunting, konten kreatif sangat penting untuk bisa memberikan pemahaman yang cepat kepada pembaca konten. Melalui pemanfaatan konten kreatif para pembaca terutama ibu balita akan cepat menerima pengetahuan dan memahaminya. Dengan demikian konten kreatif seperti video animasi, infografis, meme dan

gambar kartun dapat memiliki pengaruh yang signifikan dalam menarik atensi para warganet untuk berpartisipasi dalam linimasa media sosial (Arianto & Risdwiyanto, 2021). Hal itu sesuai dengan pernyataan beberapa informan berikut ini:

> *"Saya merasakan betul bahwa sejak mengikuti akun influencer yang sering membahas tentang stunting, saya kemudian banyak mendapatkan pengetahuan baru. Apalagi didukung oleh konten digital yang kreatif di media sosial sehingga sangat berkontribusi bagi saya untuk mendapatkan berbagai informasi penting tentang kesehatan"* (Informan A).

> *"Saya banyak mengetahui tentang gizi balita itu dari konten yang disajikan di media sosial. Saya mengikuti salah satu influencer di media sosial Instagram yang sering mengunggah konten tentang tata cara pencegahan stunting. Dari sini saya bisa mengenal tentang apa itu stunting dan cara terbaik memperbaiki gizi balita"* (Informan B).

Pemanfaatan media sosial sebagai saluran informasi bagi penguatan pengetahuan bahaya stunting dapat mempengaruhi perilaku para ibu balita saat mengasuh anaknya. Hal itu dapat tergambar dari penyajian konten digital tentang bahaya stunting yang kemudian membuat nalar para ibu balita harus lebih waspada. Tanpa adanya informasi yang memperkenalkan bahaya stunting, tentu para ibu balita akan enggan memperhatikan gizi dan nutrisi anak balitanya. Media sosial dalam konteks ini sangat berperan menjadi pemicu untuk menciptakan kesadaran bagi para ibu balita agar lebih aktif memperhatikan kesehatan anak balitanya. Ironisnya selama ini mayoritas para ibu balita hanya mengenal stunting sebagai gizi buruk, padahal stunting tidak hanya sebatas gizi buruk.

Dari unggahan para *influencer* gizi diketahui bahwa bahaya stunting meliputi: (1) Pertumbuhan dan perkembangan. Stunting dapat menyebabkan keterlambatan pertumbuhan fisik dan perkembangan kognitif anak balita. Hal ini dapat berdampak pada kemampuan belajar, konsentrasi hingga prestasi akademik anak di masa mendatang. (2) Penurunan daya tahan tubuh balita. Anak balita yang mengalami stunting cenderung memiliki sistem kekebalan tubuh yang lebih lemah, sehingga sangat rentan terhadap infeksi dan berbagai penyakit. (3) Gangguan fungsi kognitif. Stunting dapat mempengaruhi fungsi kognitif termasuk kemampuan berfikir, mengingat hingga memecahkan berbagai permasalahan bagi anak. Dampak jangka panjang bisa mempengaruhi prestasi dan intelektual anak. (4) Masalah kesehatan mental. Anak-anak yang mengalami stunting akan

sangat rentan mengalami masalah kesehatan mental, seperti kecemasan atau depresi. (5) Risiko penyakit kronis. Stunting dapat meningkatkan risiko penyakit kronis di masa dewasa, seperti diabetes, penyakit jantung dan masalah kesehatan lainnya. (6). Rendahnya produktivitas anak di masa dewasa. Anak-anak yang mengalami stunting akan cenderung memiliki produktivitas yang lebih rendah di masa dewasa, sehingga bisa berdampak pada penurunan kesejahteraan ekonomi secara individu.

Informasi yang berupa pengetahuan tentang bahaya stunting tidak selamanya diperoleh oleh para ibu balita hanya dengan mengikuti pelatihan maupun arahan di ranah Posyandu. Diperlukan sarana penguatan informasi alternatif seperti media sosial, agar para ibu balita semakin memahami bahwa stunting memiliki dampak jangka panjang bagi tumbuh kembang anak balita. Bagi para penyelenggara kampanye pencegahan stunting, berbagai pengetahuan tentang bahaya stunting sejatinya dapat dikemas dalam konten kreatif secara digital yang tujuannya agar bisa menarik perhatian para warganet. Dalam konteks ini warganet tidak hanya sebatas pada ibu balita semata, tetapi juga generasi internet dan para ayah yang notabene merupakan kaum laki-laki. Dengan demikian konten-konten digital yang beredar di linimasa media sosial dapat menjadi media terbaik untuk edukasi dan pembelajaran tentang kesehatan balita. Hal itu seperti diutarakan oleh beberapa informan berikut ini:

> *"Sejak mengikuti salah satu influencer di media sosial, saya baru tahu apa itu bahaya dari stunting. Selama ini saya pikir stunting itu gizi buruk, padahal tidak hanya sebatas itu. Media sosial sangat memberikan saya edukasi dan pengetahuan terbaru tentang bahaya stunting"* (Informan C).

> *"Selama ini saya sekeluarga tidak mengetahui apa itu bahaya stunting. Saya baru mengetahui bahaya stunting itu ya dari informasi unggahan seorang influencer di media sosial. Dari sini saya kemudian mulai melakukan berbagai antisipasi agar anak saya terhindar dari stunting. Banyak tips dan trik menarik yang membuat saya lebih memahami akan bahaya stunting"* (Informan B).

> *"Saya merasakan tidak semua informasi tentang kesehatan ibu dan anak, itu kami dapat saat acara Posyandu. Banyak hal penting tentang gizi dan bahaya stunting itu harus mencai sendiri baik di media sosial maupun internet. Kalau konten kreatif tentang bahaya stunting banyak beredar di media sosial, hal itu sangat membantu kami para ibu balita"* (Informan C).

Kampanye stunting sangat tepat dilakukan melalui saluran media sosial karena lebih efisien dan efektif dalam pencapaian target sasaran. Bagi para pemangku kepentingan yang gencar melakukan kampanye stunting, tentu pemilihan media sosial akan lebih efisien karena lebih menyasar pada generasi milenial yang saat ini telah menjadi seorang ibu balita. Sementara bagi ibu balita, kemasan konten dalam kampanye pencegahan stunting di media sosial juga harus mengikuti tren terkini, sehingga akan lebih cepat dipahami dan dimengerti. Dengan memastikan pengembangan konten, pemilihan *platform* media sosial yang tepat dan berkelanjutan, maka kampanye pencegahan stunting melalui media sosial dapat memberikan dampak signifikan dalam mengubah perilaku sehat bagi ibu balita. Hal itu seperti diutarakan oleh salah satu informan berikut ini:

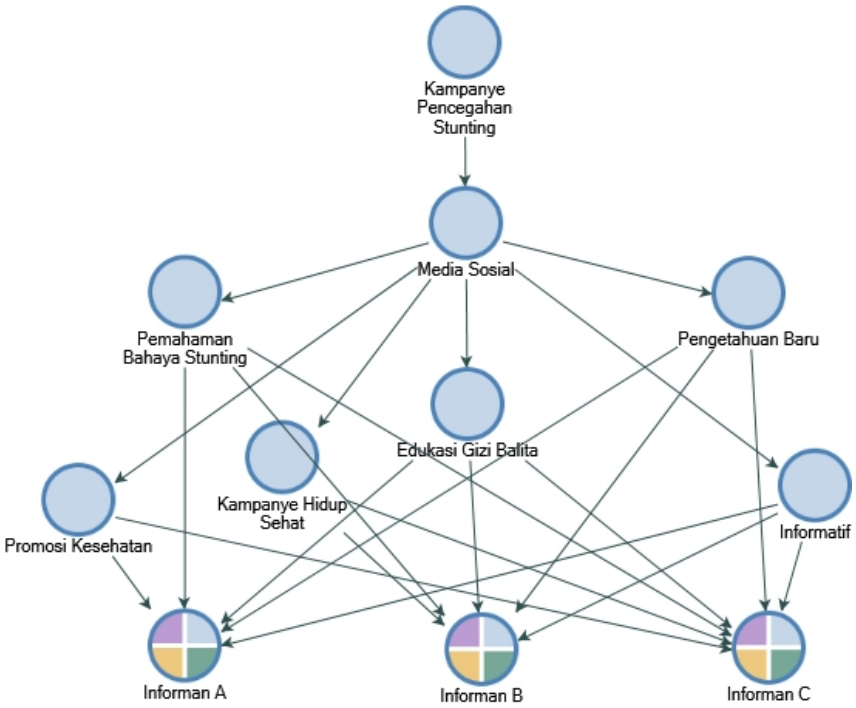
> *"Menurut saya sangat tepat kampanye pencegahan stunting menggunakan media sosial, karena saat ini memang era media sosial. Setiap orang akan selalu menggunakan media sosial seperti saya sehari-hari juga pasti membuka media sosial. Minimal lihat status teman atau melihat informasi-informasi penting lainnya"* (Informan B).

Pada akhirnya pemanfaatan media sosial dapat memperkuat kampanye stunting karena media sosial lebih akrab dan mudah diterima oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia. Pemanfaatan media sosial tidak hanya bertujuan untuk memberikan edukasi dan pengetahuan bagi para ibu balita, tetapi juga memberikan edukasi bagi generasi muda yang notabene pengguna aktif media sosial. Sementara itu bagi para pemangku kepentingan yang ingin memperkuat kampanye pencegahan stunting, dapat menggunakan media sosial untuk membangun komunikasi antar pribadi dengan para ibu balita. Hal itu dikarenakan tidak semua ibu balita berani mengungkapkan semua permasalahan secara tatap muka. Diketahui pula banyak ibu balita yang kemudian berani mengungkapkan permasalahan kesehatan anak hanya melalui media sosial. Berikut visualisasi hasil pengolahan data berbasis *word cloud* dengan Nvivo 12 Plus.



Gambar 2: *Word Cloud* Pengolahan Data Berbasis Nvivo 12 Plus

Dengan demikian pemanfaatan saluran media sosial dapat membuka setiap saluran informasi atas segala permasalahan kesehatan anak dari ibu balita. Akan tetapi yang perlu diperhatikan bahwa informasi yang disebarkan melalui media sosial harus akurat dan dapat dipercaya, karena topik pencegahan stunting dan penguatan gizi merupakan hal urgen dalam konteks kesehatan. Terakhir dalam kampanye pencegahan stunting di media sosial, perlu diperhatikan bahwa penyajian konten harus berbasis fakta dan didukung oleh referensi terpercaya agar tidak terjadi penyebaran informasi yang salah maupun hoaks. Berikut ditampilkan visualisasi hasil pengolahan data berbasis aplikasi Nvivo 12 Plus.



Gambar 3. Hasil Pengolahan Data Berbasis Nvivo 12 Plus

SIMPULAN

Stunting masih menjadi permasalahan utama dalam kajian kesehatan nasional di Indonesia. Meskipun berbagai kebijakan telah digulirkan tetapi faktanya masih banyak kendala yang dihadapi oleh para pemangku kepentingan dalam upaya mencegah stunting. Pengetahuan yang minim bagi para ibu balita masih menjadi kendala utama dalam pencegahan stunting di Indonesia. Minimnya pengetahuan para ibu balita dapat membuat kepedulian terhadap pentingnya gizi dan nutrisi balita bisa terabaikan. Hal ini yang membuat para ibu balita ada yang tidak memprioritaskan gizi balita yang dampaknya bisa merugikan masa depan anak balita. Oleh sebab itu diperlukan skema penguatan pengetahuan bagi ibu balita agar mau memperhatikan gizi balita dan ikut mencegah stunting. Di era digitalisasi para ibu balita dapat memanfaatkan saluran digitalisasi melalui media sosial untuk memperkuat pengetahuan tentang gizi dan pencegahan stunting. Berbagai kebermanfaatan telah ditorehkan oleh media sosial sebagai saluran informasi dan interaksi kewargaan dapat dipergunakan untuk penguatan pengetahuan tentang gizi dan nutrisi anak. Para pemangku kepentingan terutama instansi pemerintah bisa mempergunakan media sosial sebagai saluran informasi utama dalam promosi kesehatan. Dengan kata lain media sosial bisa

digunakan untuk menyajikan berbagai konten tentang asupan gizi yang sangat dibutuhkan oleh balita.

Selanjutkan media sosial bisa dipergunakan untuk mempromosikan berbagai produk pangan lokal yang sangat dibutuhkan oleh anak balita. Pangan lokal yang sangat bermanfaat bagi gizi anak seperti jagung, umbi-umbian, buah-buahan, protein nabati hingga hewani. Pangan lokal ini sangat bermanfaat bagi tumbuh kembang anak balita karena gizi yang dikandung cukup bisa mencegah kejadian stunting. Permasalahan utama adalah minimnya pengetahuan dari para ibu balita terhadap pangan lokal, sehingga banyak pangan lokal yang tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Oleh sebab itu pengetahuan tentang pangan lokal, gizi dan nutrisi yang bagus bagi balita perlu dipertegas melalui informasi di media sosial. Dengan kata lain media sosial dapat menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi tentang kebermanfaatan pangan lokal, gizi dan nutrisi bagi pencegahan stunting. Melalui informasi yang disajikan oleh saluran media sosial, para ibu balita dapat semakin memahami bahwa kebutuhan gizi bagi balita itu sangat penting terutama untuk pencegahan stunting. Para ibu balita juga akan mendapatkan berbagai pengetahuan dan wawasan baru tentang gizi dan stunting dari partisipasi yang tercipta di linimasa media sosial. Dengan demikian media sosial bisa menjadi sarana edukasi dan pembelajaran para ibu balita bagi penguatan gizi balita dan langkah taktis pencegahan stunting. Pada akhirnya penelitian ini menemukan bahwa media sosial telah berperan sebagai saluran informasi utama dalam penguatan pengetahuan tentang pangan lokal dan gizi bagi balita. Penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial sangat efektif untuk digunakan sebagai saluran promosi dan kampanye pencegahan stunting.

DAFTAR PUSTAKA

Annur, C.M. (2022). https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022

Arianto, B., & Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus pada# HondaBeAT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, *11*(1), 19-46.

Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan Transformasi Budaya Digital di Indonesia. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, *5*(2), 233-250.

Arianto, B. (2022). Melacak Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 di Provinsi Banten. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, *13*(1), 113-136.

Azzahra, S., Yulianti, Y., & Rusilanti, R. (2022). Pengembangan Media Video Animasi Tentang Pencegahan Stunting Melalui Platform Media Sosial Instagram Bagi Ibu Hamil. *Jurnal Andaliman: Jurnal Gizi Pangan, Klinik dan Masyarakat*, *2*(1), 14-24. https://doi.org/10.24114/jgpkm.v2i1.34550

Bender, G. W. (2022). Strategi Komunikasi Kampanye Sadar Stunting 2021 Melalui Kol. *Jurnal Pariwara*, *2*(1), 14-24.

Carstensen, T. (2013). Gender and social media: sexism, empowerment, or the irrelevance of gender?. In *The Routledge companion to media & gender* (pp. 501-510). Routledge.

Chen, H. T., Chan, M., & Lee, F. L. (2016). Social media use and democratic engagement: A comparative study of Hong Kong, Taiwan, and China. *Chinese Journal of Communication*, *9*(4), 348-366.

Creswell, J. W., & Creswell, J. (2003). *Research Design* (pp. 155-179). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Dijk, J.A.G.M. (2013). Digital Democracy: Vision and Reality dalam I. Snellen & W. van de Donk *'Public Administration in the Information Age: Revisited*', IOS- Press, 2013

Ernawati, A. (2022). Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang Stunting. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, *18*(2), 139-152.https://doi.org/10.33658/jl.v18i2.324

Frisilia, M., & Handriani, E. (2022). Hubungan Pengetahuan Manajemen Laktasi dengan Pemberian ASI Eksklusif pada Ibu Menyusui: Relationship in Lactation Management with Exclusive Breastfeeding on Nursing Mothers. *Jurnal Surya Medika (JSM)*, *8*(3), 42-59. https://doi.org/10.33084/jsm.v8i3.4497

Handayani, B. (2021). The Role of Nasyiatul Aisyiyah and Fatayat NU Cadres in Preventing Stunting Cases in Indonesia. *Muhammadiyah International Public Health and Medicine Proceeding*, *1*(1), 329-338. https://doi.org/10.53947/miphmp.v1i1.70

Kaigo, M., & Tkach-Kawasaki, L. (2012). Social media usage for civil society in Japanese municipalities. In *CeDEM Asia 2012: Proceedings of the International Conference for E-Democracy and Open Government–Asia-2012. Krems: Edition Donau-Universitat Krems* (pp. 59-70).

Lim, M. (2013). Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. *DIGITAL*, 127.

Maharani, S. D. S., Wulandari, S. R., & Melina, F. (2018). Hubungan antara kejadian stunting dengan perkembangan pada balita usia 3-5 tahun di posyandu Kricak Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, *7*(1), 32-36. https://doi.org/10.52657/jik.v7i1.1095

Masullo Chen, G. (2016). Social media: From digital divide to empowerment. In *The Routledge companion to media and race*. Taylor & Francis.

Meyer, C. B. (2001). A case in case study methodology. *Field methods*, *13*(4), 329-352

Mulyanti, M., & Masdinarsyah, I. (2021). Efektivitas Konseling Berbasis Media Sosial terhadap Perilaku Hidup Bersih dan Sehat. *Jurnal Asuhan Ibu dan Anak*, *6*(1), 41-50.

Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., & Ulfa, N. S. (2022). Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stutning. *Interaksi Online*, *10*(2), 152-169.

Putri, B. D. Y., Herinawati, H., & Susilawati, E. (2021). Pengaruh Promosi Kesehatan Tentang Bounding Attachment Berbasis Video Animasi Terhadap Pengetahuan Ibu Hamil. *Nursing Care and Health Technology Journal (NCHAT)*, *1*(3), 155-161. 10.33395/remik.v7i3.12521

Rahmawati, D., & Agustin, L. (2020). *Cegah stunting dengan stimulasi psikososial dan keragaman pangan*. AE Publishing.

Simanjuntak, M., Yuliati, L. N., Rizkillah, R., & Maulidina, A. (2022). Pengaruh Inovasi Edukasi Gizi Masyarakat Berbasis Social Media Marketing terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku dalam Upaya Pencegahan Stunting. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, *15*(2), 164-177. https://doi.org/10.24156/jikk.2022.15.2.164

Wulandari, N. A., Sari, Y. K., & Chairunnisa, M. (2022). *Pendekatan Teori Transculture: Rekonstruksi Budaya Pemberian Gizi 1000 Hari Pertama Kehidupan*. Penerbit NEM.