

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali tinjauan pustaka ini dengan penelitian terdahulu yang peneliti rasa memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap dan perbandingan untuk memberikan gambaran mengenai kajian dan permasalahan yang terkait dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti. Pada kajian penelitian terdahulu ini peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipelajari oleh peneliti bersinggungan dengan “Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Sukabumi Melalui Posyandu Dalam Penanggulangan *Stunting* Di Kelurahan Selabatu”. Setelah melakukan pencarian penelitian terdahulu sebagai referensi, peneliti menemukan penelitian terdahulu yang berkaitan sebagai berikut:

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Judul | Metode Penelitian | Hasil Penelitian | Perbedaan |
|-----|--|---|---|---|--|
| 1. | Normaisa (Universitas Muhammadiyah Makasar) 2020 | Strategi Dinas Kesehatan Dalam Menekan Laju Penderita <i>Stunting</i> di Kabupaten Enrekang | Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan metode deskriptif | Hasil penelitian yang diperoleh yaitu Strategi yang dilakukan Dinas kesehatan Kabupaten Enrekang dalam menekan penderita <i>Stunting</i> yaitu mengadakan program GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) dan GEMPITA (Gerakan Masyarakat Peduli <i>Stunting</i>) Dinas kesehatan Enrekang juga aktifkan sosialisasi | Penelitian Normaisa mengambil sub fokus yaitu: <i>Corporate Strategi</i> (Strategi Organisasi), <i>Program Strategi</i> (Strategi Program), dan <i>Resouce Support</i> (Strategi Pendukung Sumber Daya) Sedangkan Penelitian Ini Mengambil Sub Fokus Perencanaan, Manajemen, Pesan dan Media |

| | | | | | |
|----|---|--|---|---|---|
| | | | | <p>pada pertemuan-pertemuan seperti pada saat kegiatan posyandu dengan dibantu oleh para kader-kader posyandu, dan pada saat kesempatan yang memungkinkan seperti pada saat pengajian. Hal itu dilakukan dengan harapan masyarakat sadar akan pentingnya kesehatan dengan terbebas dari <i>stunting</i> (gagal tumbuh).</p> | |
| 2. | Fatris Rudmidi (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh) 2021 | Strategi Dinas Kesehatan Dalam Penanggulangan Prevalensi <i>Stunting</i> Pada Balita di Kabupaten Simeulue | Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan metode deskriptif | Hasil penelitian yang diperoleh yaitu Perumusan strategi (formulasi kebijakan) penanggulangan stunting | Penelitian Fatris Rudmidi mengacu pada teori Fried R David, tentang tahapan-tahapan strategi yang terdiri |

| | | | | | |
|----|--|--|--|---|--|
| | | | | <p>pada anak balita oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Simeulue sudah cukup baik. Sedangkan Pelaksanaan strategi (implementasi kebijakan) yang telah direncanakan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Simeulue, masih terbatas pada penyelenggaraan edukasi dan pelatihan pada tenaga kerja kesehatan di tingkat Dinas Kesehatan, Kader Posyandu dan Puskesmas</p> | <p>dari tiga tahapan yaitu Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi, sedangkan penelitian ini mengacu pada teori Cangara (2013: 72) mengenai Model Rencana Lima Langkah</p> |
| 3. | <p>Fajar Adi (Institut Pertanian Bogor), Olih Solihin (Universitas Komputer Indonesia)</p> | <p>Peran Komunikasi Keluarga Dalam Penyiapan Kehidupan Berkeluarga Bagi Remaja</p> | <p>Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan</p> | <p>Hasil penelitian yang diperoleh yaitu berdasarkan berbagai uraian</p> | <p>Jurnal ini berfokus pada Komunikasi Keluarga dalam menyiapkan</p> |

| | | | | | |
|--|------|---|-------------------|---|---|
| | 2022 | Untuk Mencegah Masalah Gizi Pada Balita (<i>Stunting</i>) | metode deskriptif | tersebut maka diketahui bahwa BKKBN telah berupaya menyiapkan kehidupan berkeluarga bagi remaja untuk mencegah <i>stunting</i> melalui komunikasi dalam keluarga yang dapat membentuk karakter dan kepribadian individu pada usia dini sampai dewasa. | kehidupan berkeluarga bagi remaja untuk mencegah terjadinya <i>stunting</i> sedangkan penelitian ini berfokus pada Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan dalam penanganan <i>stunting</i> melalui posyandu Kecamatan Selabatu |
|--|------|---|-------------------|---|---|

Sumber: Peneliti 2023

2.1.2 Tinjauan tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata *communis* yang berarti sama *communico*, *communicatio*, atau *communocare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Mengadakan komunikasi artinya mengadakan “kesamaan” dengan orang lain. Pada hakikatnya komunikasi adalah pernyataan antarmanusia, dimana komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang memberi pesan) sama-sama atau sesuai (*turned*) untuk suatu pesan Solihat, M., Purwaningwulan, M. M., & Solihin, O. (2015: 1).

Komunikasi merupakan sebuah aktivitas yang berkaitan dengan manusia sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Komunikasi adalah aktivitas yang tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari, karena selama hidupnya manusia akan selalu membutuhkan dan melakukan komunikasi.

Komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan (Rismawaty, Juliano, S., & Surya, D. E., 2014: 65).

Sama halnya dengan pernyataan Suwardi (1986: 13) bahwa:

“Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin “*communis*”. *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan”. (Suwardi, 1986: 13 dalam Rohim, 2009: 8)

Sedangkan menurut Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid yang dikutip oleh (Wiryanto, 2008: 6) dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi*, mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi untuk menciptakan saling pengertian.

Menurut The Dorson mengatakan dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2014: 69) bahwa:

“Komunikasi adalah proses pengalihan informasi dari satu orang atau orang dengan menggunakan simbol-simbol tertentu kepada satu orang atau kelompok lain. Proses pengalihan informasi tersebut selalu mengandung

pengaruh tertentu. Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan *interpersonal* yang baik”.

Komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyartkan suatu pesan dari seseorang kepada orang lainnya, baik secara langsung ataupun melalui media komunikasi, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

“Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari mengenai proses penyampaian pernyataan antar manusia dengan menggunakan lambang berarti. Lambang berarti dalam hal ini dapat berbentuk bahasa lisan, tulisan, dan bahasa isyarat” (Danandjaja, 2011: 45).

Menurut Carl. I. Hovland yang dikutip oleh (Deddy Mulyana, 2017: 68) dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, komunikasi adalah sebuah proses menyampaikan rangsangan yang bertujuan untuk mengubah perilaku orang lain.

Sedangkan menurut Louis Forsdale (1981) dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2014: 4) bahwa:

“*Communicationis the process by which a system is established, maintained and altered by means of shared signals that operate according to rules*” (Komunikasi adalah suatu proses di mana suatu system dibentuk, dipelihara, dan diubah dengan tujuan bahwa sinyal-sinyal yang dikirimkan dan diterima dilakukan sesuai aturan”).

Berdasarkan definisi dari beberapa para pakar di atas dapat dijelaskan bahwa komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan dapat saling memahami. Proses terjadinya komunikasi dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan pesan atau informasi, yang kemudian dilambangkan, baik berupa ucapan atau isyarat, proses selanjutnya dengan melakukan transmisi berupa media dan perantara hingga pesan dapat diterima oleh komunikan (Rismawaty, Juliano, S., & Surya, D. E., 2014: 4).

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Pengertian komunikasi yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli, jelas menggambarkan bahwa komunikasi antar manusia hanya akan terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu.

Untuk melihat sebuah proses komunikasi secara rinci, seperti yang diungkapkan Lasswell dimana komunikasi sebagai sebuah proses merupakan penyampaian pesan dari komunikator (*source*) kepada komunikan (*receiver*) melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Rismawaty, Juliano, S., & Surya, D. E. (2014: 96) Akan dijabarkan pada point-point berikut:

1. Komunikator dan Komunikan
2. Pesan
3. Media
4. Efek

Kelima unsur diatas merupakan unsur-unsur penting yang ada dalam komunikasi, sehingga dengan adanya unsur-unsur tersebut maka akan terjalin sebuah komunikasi yang efektif. Adapun penjelasan dari kelima unsur tersebut, diantaranya:

1. Komunikator dan Komunikan

Istilah Komunikator dan Komunikan merupakan istilah umum yang sering digunakan dalam proses komunikasi. Kedua istilah tersebut merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi sebagai sumber (komunikator/pembicara) sekaligus menjadi penerima (komunikan/pendengar).

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambing (*symbol*). Lambang dalam proses komunikasi adalah Bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan (Effendy, 2000: 11).

3. Media

Media merupakan sarana yang memfasilitasi penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. Definisi media menurut (Cangara, 2006) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, yaitu media sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dimana beberapa pakar psikologi memandang bahwa media yang paling mendominasi sebuah komunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga.

4. Efek

Pada setiap kegiatan komunikasi selalu ada konsekuensi. Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam Kegiatan komunikasi. Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Wiliam I. Gorden dalam Solihat, M., Purwaningwulan, M. M., & Solihin, O. (2015: 6-9) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

1. Sebagai Komunikasi Sosial

Komunikasi sebagai komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk keberlangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Sebagai Komunikasi Ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan seperti sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan lewat pesan-pesan nonverbal.

3. Sebagai Komunikasi Ritual

Komunikasi sebagai komunikasi ritual berupa ritus-ritus seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal.

Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, Negara, Ideologi, atau agama mereka.

4. Sebagai Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan Tindakan, dan juga menghibur.

Sebagai instrument, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut.

(Effendy, 1981) dalam buku *Interpersonal Skill* (2015: 5) juga mengkategorikan fungsi komunikasi, diantaranya:

1. *Public Information*

Memberikan informasi kepada masyarakat. Informasi disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan.

2. *Public Education*

Mendidik masyarakat. Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberikan informasi yang dapat menambah kemajuan masyarakat dengan tatanan komunikasi massa. Kegiatan mendidik masyarakat yang paling efektif adalah melalui Kegiatan komunikasi intrapersonal antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara pimpinan dengan bawahan, dan antara orang tua dengan anak-anaknya.

3. *Public Persuasion*

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat sebagai sarana untuk mempengaruhi masyarakat ke arah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan.

4. *Public Entertainment*

Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat (Effendy, 1981).

2.1.2.4 Prinsip-Prinsip Komunikasi

Seperti fungsi dan definisi komunikasi, prinsip-prinsip komunikasi juga diuraikan dengan berbagai cara oleh para pakar komunikasi. (Rismawaty Juliano, S., & Surya, D. E., 2014: 127) Prinsip-prinsip komunikasi pada dasarnya merupakan prjabaran lebih jauh dari definisi atau hakikat komunikasi (Mulyana, 2000: 85).

1. Komunikasi adalah Suatu Proses Simbolis

Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti dikatakan Susanne K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. (Mulyana, 2000: 83-84) Manusia adalah makhluk yang menggunakan lambang, dan faktor ini pula yang membedakan manusia dengan makhluk hewan. (Riswandi, 2009: 25) Lambang atau symbol adalah suatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata atau pesan verbal, perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama (Riswandi, 2009: 25).

2. Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi

Setiap perilaku punya potensi untuk ditafsirkan. Kalau ia tersenyum, ditafsirkan bahagia; kalau ia cemberut, ia ditafsirkan *ngambek*.

Bahkan ketika berdiam diri sekalipun, ketika kita mengundurkan diri dari komunikasi lalu menyendiri, sebenarnya kita mengkomunikasikan banyak pesan. Orang lain mungkin akan menafsirkan diam kita sebagai malu, segan, ragu-ragu, tidak setuju, tidak peduli, marah, atau bahkan sebagai malas atau bodoh. (Mulyana, 2000: 98) Komunikasi terjadi apabila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Setiap perilaku manusia punya potensi untuk ditafsirkan sebagai komunikasi (Riswandi, 2009: 26).

3. Komunikasi Mempunyai Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan

Dimensi isi disandikan secara verbal, sedangkan dimensi hubungan disandikan secara nonverbal. (Riswandi, 2009: 27) Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu, dan bagaimana seharusnya pesan komunikasi itu ditafsirkan (Riswandi, 2009: 27).

4. Komunikasi Itu Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan

Kita tidak dapat mengontrol atau memaksa orang lain untuk menafsirkan atau tidak menafsirkan perilaku kita (Riswandi, 2009: 28).

Kesengajaan bukanlah merupakan syarat untuk terjadinya komunikasi. (Riswandi, 2009: 28) Komunikasi dilakukan dalam

berbagai tingkat kesengajaan, mulai dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali, sampai kepada komunikasi yang benar-benar disengaja/disadari atau direncanakan (Riswandi, 2009: 28).

5. Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu

Makna pesan bergantung pada konteks fisik/ruang, waktu, sosial, dan psikologis. Misalnya topik-topik seperti “humor”, “bisnis”, “Wanita”, “mobil”, atau “televisi” adalah hal-hal yang tidak tepat jika dibicarakan di mesjid (Riswandi, 2009: 29).

Waktu juga mempengaruhi makna terhadap suatu pesan. misalnya dering telepon pada tengah malam akan dipersepsikan lain bila dibandingkan dengan bunyi dering telepon siang hari (Riswandi, 2009: 29).

6. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi

Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan atau memperkirakan efek perilaku komunikasi mereka. Orang-orang yang terlibat dalam komunikasi akan memilih strategi tertentu agar orang yang lain menerima atau merespons pesan yang disampaikan (Riswandi, 2009: 30).

7. Komunikasi Itu Bersifat Sistemik

Terdapat dua sistem dasar yang bekerja dalam proses transaksi komunikasi, yaitu sistem internal dan sistem eksternal. (Riswandi, 2009: 31) Sistem internal adalah keseluruhan sistem nilai yang dibawa oleh individu atau manusia ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi

(Riswandi, 2009: 31). Sistem internal mengandung semua unsur yang membentuk individu yang unik, termasuk ciri-ciri kepribadiannya, intelegensi, Pendidikan, pengetahuan, agama, bahasa, motif, keinginan, cita-cita dan semua pengalaman masa lalunya, yang pada dasarnya tersembunyi (Mulyana, 2000: 108). Sedangkan sistem eksternal terdiri dari unsur-unsur yang berada di lingkungan luar individu, termasuk kata-kata yang ia pilih ketika berbicara, cahaya, tata ruang, isyarat fisik, dan temperature nyang ada ketika seorang individu berkomunikasi (Riswandi, 2009: 31). Unsur-unsur ini adalah stimuli public yang terbuka bagi setiap peserta komunikasi dalam setiap transaksi komunikasi (Riswandi, 2009: 31).

8. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi

Adanya kesamaan-kesamaan dalam hal tertentu seperti tingkat Pendidikan, agama, etnis, suku bangsa, atau tingkat sosial ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik, dan pada gilirannya semua ini mendorong komunikasi yang efektif. (Riswandi, 2009: 32) Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan peserta komunikasi (Riswandi, 2009: 32).

9. Komunikasi Bersifat Nonsekuensial

Meskipun komunikasi bersifat *linier*/satu arah, akan tetapi sebenarnya komunikasi manusia dalam bentuk dasarnya (tatap muka) bersifat dua arah (Riswandi, 2009: 32). Beberapa pakar komunikasi mengakui

sifat sirkuler atau dua arah komunikasi ini, misalnya Frank Dance, Kincaid dan Schramm yang mereka sebut model komunikasi antarmanusia yang memusat, dan Tubbs. Komunikasi sirkuler ditandai dengan beberapa hal berikut (Mulyana, 2000: 108).

1. Orang-orang yang berkomunikasi dianggap setara
2. Proses komunikasi berjalan timbal balik (dua-arah)
3. Dalam praktiknya, kita tidak lagi membedakan pesan dengan umpan balik
4. Komunikasi yang terjadi sebenarnya jauh lebih rumit (Mulyana, 2000: 108).

10. Komunikasi Bersifat Sinambung, Dinamis, dan Transaksional

Seperti waktu dan juga eksistensi, komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir, melainkan merupakan proses yang sinambung (*continuous*) (Mulyana, 2000: 109). Menanggapi salah satu elemen komunikasi, misalnya pesan verbal saja dengan mengabaikan semua elemen lainnya, menyalahi gambaran komunikasi yang sebenarnya sebagai suatu proses yang sinambung dan dinamis yang kita sebut transaksi. Transaksi menunjukkan bahwa para peserta komunikasi saling berhubungan, sehingga kita tidak dapat mempertimbangkan salah satu tanpa mempertimbangkan lainnya (Mulyana, 2000: 110-111).

11. Komunikasi Bersifat *Irreversible*

Sifat *irreversible* in adalah implikasi dari komunikasi sebagai suatu proses yang selalu berubah. Kita harus berhati-hati untuk menyampaikan suatu pesan kepada orang lain, sebab, efeknya tidak bisa diabaikan sama sekali, meskipun kita berupaya meralatnya (Mulyana, 2000: 114).

12. Komunikasi Bukan Obat Mujarab Untuk Menyelesaikan Masalah

Banyak persoalan dan konflik antarmanusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi itu sendiri bukanlah *panacea* (obat mujarab) untuk menyelesaikan persoalan atau konflik itu, karena persoalan atau konflik tersebut mungkin berkaitan dengan masalah structural (Mulyana, 2000: 115).

2.1.2.5 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya

“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, diantaranya:

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)
2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)
3. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
4. Komunikasi Publik (*Public Communication*)
5. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)
6. Komunikasi Massa (*Mass Communication*) (Mulyana, 2007: 80-83).

Keenam bentuk diatas merupakan bentuk-bentuk komunikasi berdasarkan konteks komunikasinya. Adapun penjelasan dari keenam bentuk tersebut, diantaranya:

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*) Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak (Mulyana, 2007). Seseorang menempatkan dirinya sendiri pada tingkatan pertama dari keseluruhan konteks komunikasi (Rismawaty, Juliano, S., & Surya, D. E., 2014: 162). Komunikasi intrapersonal menurut Jalaluddin Rakhmat (2003: 49) adalah bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini dalam komunikasi dua orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri (Mulyana, 2007).
2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*) Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang - orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Mulyana, 2007).

3. **Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)** Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan (Mulyana, 2007). Sedangkan menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2014: 182) memberi Batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.
4. **Komunikasi Publik (*Public Communication*)** Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk (Mulyana, 2007).

5. **Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)** Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip.
6. **Komunikasi Massa (*Mass Communication*)** Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Definisi Organisasi

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia dan arena itu tidak sempurna (De vito, 1997: 337) yang dikutip oleh Burhan Bungin dalam bukunya Sosiologi Komunikasi menjelaskan bahwa:

“Organisasi sebagai sebuah kelompok individu yang diorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Jumlah anggota organisasi bervariasi dari tiga atau empat sampai dengan ribuan anggota. Organisasi juga memiliki struktur formal maupun informal” (De Vito dalam Bungin, 2008: 271).

Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui skema yang di desain dan sebagian lagi melalui suatu keadaan yang tidak diatur. Selanjutnya Kochler (1976) mengatakan bahwa “Organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu” (Kochler dalam Muhammad, 2009: 23-24).

2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Evert M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, yang dikutip oleh Khomsahrial Romli dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* menyebut panduan suatu sistem.

Secara lengkap organisasi di definisikan sebagai :

“A stable system of individuals who work together to achieve, through a hierarchy of rank and division of labour, common goals” (suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dari pembagian tugas)” (Rogers dalam Romli, 2011: 1).

Definisi lain mengenai komunikasi organisasi adalah “pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi” (Wiryanto dalam Romli, 2011: 2).

Organisasi memiliki tujuan umum untuk meningkatkan pendapatan, namun juga memiliki tujuan-tujuan spesifik yang dimiliki oleh orang-orang dalam

organisasi itu. Untuk mencapai tujuan, organisasi membuat norma aturan yang dipatuhi oleh semua anggota organisasi.

Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah:

“Komunikasi antarmanusia (human communication) yang terjadi dalam konteks organisasi dimana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung satu sama lain” (Bungin, 2008: 274).

Komunikasi organisasi terjalin antara pihak-pihak yang berada di dalam organisasi. Hal ini dilakukan untuk menyampaikan informasi antar bagian di dalam organisasi ataupun informasi yang ingin disampaikan keluar organisasi melalui seseorang atau bidang yang mewakili organisasi tersebut.

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi organisasi menurut Sendjaja (2002) yang dikutip oleh Burhan Bungin (2008: 247-248) dalam buku Sosiologi Komunikasi, fungsi komunikasi organisasi diantaranya:

1. Fungsi Informatif

Organisasi dipandang sebagai suatu sistem proses informasi yang mana seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Hal ini bertujuan agar anggota melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Atasan atau orang yang berada di tataran manajemen memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif dihadapkan pada kenyataan banyak pimpinan yang lebih memilih mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah.

4. Integratif

Fungsi integratif setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik.

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah pemimpin tentara. Lalu muncul kata tentara *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang dapat diartikan sebagai seni perang pada jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya” (Effendy, 2003: 300).

Menurut Middleton (1980) dalam buku Cangara (2013: 61) menyatakan,

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”

2.1.4.1 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi karangan Effendy, tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* terdiri dari 3 tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimannya.
2. *To establish acceptance*, yaitu setelah ia mengerti dan menerima pesan tersebut ia harus dibina,
3. *To motivate action*, setelah menerima dan dibina akhirnya kegiatan tersebut dimotivasikan (Effendy, 1993: 35).

2.1.4.2 Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda yaitu:

Pertama, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal. *Kedua*, menjembatani cultural gap akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya (Effendy, 1993: 300).

Menurut Agustinus Sri Wahyudi dikutip oleh Ruslan (1998: 129), manfaat yang dapat diperoleh oleh organisasi dalam menerapkan strategi (manajemen strategi) secara garis besar adalah sebagai berikut :

1. Memberikan arah dan tujuan yang jelas dalam jangka panjang.
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan yang akan mungkin terjadi di masa-masa mendatang.
3. Menciptakan suatu organisasi dan fungsional manajemen perusahaan akan lebih efektif dan efisien, dalam menghadapi persaingan yang kian tajam mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko tinggi.
4. Keterkaitan personil dalam membuat strategi akan lebih memotivasi dalam dalam tahap tahap pelaksanaannya.
5. Aktivitas perusahaan, menggunakan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya berbagai masalah dimasa-masa mendatang.
6. Aktivitas yang saling tumpang tindih antara unit atau divisi dapat dihindarkan.

2.1.4.3 Hubungan Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi

Untuk memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat dalam rangka menyusun strategi komunikasi, diperlukan suatu pemikiran. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-

komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut.

Hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi (Effendy, 2013: 35) adalah sebagai berikut:

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari terlebih dahulu siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat dipilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, kesan yang akan dicapai, kesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu seperti menentukan teknik yang harus digunakan, isi yang akan disampaikan, dan bahasa yang harus digunakan.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada dua faktor yang penting yang perlu diperhatikan pada diri komunikator saat ia menyampaikan pesan, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Kesehatan

2.1.5.1 Definisi Komunikasi Kesehatan

Menurut Healthy People 2010 dalam Liliweri (2009), komunikasi kesehatan yaitu seni menginformasikan, mempengaruhi dan memotivasi individu, institusi, serta masyarakat tentang isu-isu penting di bidang kesehatan dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan individu dalam masyarakat. Sedangkan menurut Cline, R. dalam Liliweri (2009), komunikasi kesehatan merupakan sebuah bidang teori, riset dan praktek yang berkaitan dengan pemahaman dan saling ketergantungan mempengaruhi komunikasi (interaksi simbolik dalam bentuk pesan dan makna) dan kepercayaan kesehatan terkait, perilaku dan hasil.

Komunikasi kesehatan menurut Notoatmodjo (2007) usaha yang sistematis untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan masyarakat dengan menggunakan berbagai prinsip dan metode komunikasi, baik menggunakan komunikasi interpersonal, maupun komunikasi massa.

Ratzan dalam Liliweri (2009) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi kesehatan ialah proses kemitraan anara partisipan berdasarkan dialog dua arah yang di dalamnya ada suasana interaktif, ada pertukaran gagasan, ada kesepakatan mengenai kesatuan gagasan mengenai kesehatan, juga merupakan teknik dari pengirim dan penerima untuk memperoleh informasi mengenai kesehatan yang seimbang demi membaharui pemahaman bersama.

2.1.5.2 Komponen Komunikasi kesehatan

Komponen komunikasi kesehatan tak berbeda halnya dengan komponen komunikasi pada umumnya. Komunikasi tidak hanya sebatas penyampaian pesan saja, adanya umpan balik (feedback) atau respon dari penerima pesan menandakan bahwa komunikasi dapat terjadi hanya jika memenuhi komponen-komponen tertentu. Komunikasi juga merupakan suatu proses yang tidak akan berjalan baik tentunya jika tidak memenuhi komponen-komponen tersebut. Menurut Lasswel, komponen komunikasi ialah:

1. Komunikator

Dalam komunikasi kesehatan, komunikator adalah orang atau lembaga kesehatan yang menyampaikan pesan. Misalnya berisikan himbauan untuk wajib asi selama 6 bulan pertama kehidupan.

2. Komunikan

Dalam komunikasi kesehatan istilah komunikan ialah sebagai orang yang menerima pesan. Komunikan bisa berupa masyarakat yang diberikan sosialisasi dari pihak lembaga kesehatan.

3. Pesan

Dalam komunikasi kesehatan, pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lambang yang mempunyai arti, contohnya slogan tentang cegah *stunting* dan obesitas

4. Media

Media dalam komunikasi kesehatan ialah sebagai sarana atau saluran yang mendukung proses penyampaian pesan. Media dalam komunikasi

kesehatan ada dua yakni media (saluran) interpersonal dan kelompok. Media bisa berupa cetak maupun elektronik yang biasa dilakukan dengan kegiatan penyuluhan.

5. Efek

Efek pada komunikasi kesehatan yakni dampak atau akibat yang ditimbulkan oleh pesan. Efek atau dampak ialah ketercapaian kita dalam penyampaian pesan.

2.1.5.3 Tujuan Komunikasi Kesehatan

Tujuan utama dari komunikasi kesehatan ini adalah untuk perubahan perilaku kesehatan pada sasaran kearah yang lebih kondusif sehingga dimungkinkan terjadinya peningkatan status kesehatan sebagai dampak (impact) dari program komunikasi kesehatan. Menurut Liliweri (2009) tujuan komunikasi kesehatan terbagi dua, diantaranya:

1. Tujuan strategis

Pada umumnya program-program yang berkaitan dengan komunikasi kesehatan yang dirancang dalam bentuk paket acara atau modul dapat berfungsi untuk:

1. *Relay information*, yakni meneruskan informasi kesehatan dari suatu dari suatu sumber kepada pihak lain secara berangkai (hunting).
2. *Enable informed decision making*, ialah memberikan informasi akurat untuk memungkinkan pengambilan keputusan.
3. *Promote peer information exchange and emotional support*, yakni mendukung pertukaran pertama dan mendukung secara emosional pertukaran informasi kesehatan.

4. *Promote healthy behavior*, informasi untuk memperkenalkan hidup sehat.
5. *Promote self care*, yakni memperkenalkan pemeliharaan diri sendiri.
6. *Manage demand for health services*, ialah untuk memenuhi permintaan layanan kesehatan.

2. Tujuan Praktis

Menurut Taibi Kahler dalam Liliweri (2009:53-54) menyatakan bahwa sebenarnya secara praktis tujuan khusus komunikasi kesehatan itu meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui beberapa usaha pendidikan dan pelatihan agar dapat:

1. Meningkatkan pengetahuan yang mencakup :
 - a. Prinsip-prinsip dan proses komunikasi manusia.
 - b. Menjadi komunikator (yang memiliki etos, patos, logos, kredibilitas dan lain-lain).
 - c. Menyusun pesan verbal dan non verbal dalam komunikasi kesehatann.
 - d. Memilih media yang sesuai dengan konteks komunikasi kesehatan.
 - e. Menentukan segmen komunikasi yang sesuai dengan konteks komunikasi kesehatan.
 - f. Mengelola umpan balik atau dampak pesan kesehatan yang sesuai dengan kehendak komunikator dan komunikan.
 - g. Mengelola hambatan-hambatan dalam komunikasi kesehatan.
 - h. Mengenal dan mengelola konteks komunikasi kesehatan.
 - i. Prinsip-prinsip riset.
2. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan berkomunikasi efektif
3. Membentuk sikap dan perilaku berkomunikasi, seperti:

- a. Berkomunikasi yang menyenangkan, empati.
- b. Berkomunikasi dengan kepercayaan pada diri.
- c. Menciptakan kepercayaan publik dan pemberdayaan publik.
- d. Membuat pertukaran gagasan dan informasi makin menyenangkan.
- e. Memberikan apresiasi terhadap terbentuknya komunikasi yang baik.

2.1.5.4 Manfaat Komunikasi Kesehatan

Manfaat mempelajari ilmu komunikasi kesehatan menurut Alo Liliweri. (2009 : 56-69) adalah:

1. Memahami interaksi antara kesehatan dengan perilaku individu.
2. Meningkatkan kesadaran kita tentang isu kesehatan.
3. Melakukan strategi intervensi pada tingkat komunitas.
4. Menghadapi disparitas pemeliharaan kesehatan antar etnik atau ras dalam suatu masyarakat.
5. Menampilkan ilustrasi ketrampilan, menggambarkan berbagai jenis keterampilan untuk memelihara kesehatan, pencegahan, advokasi atau sistem layanan kesehatan kepada masyarakat.
6. Menjawab permintaan terhadap layanan kesehatan (mengetahui dan melakukan analisis kebutuhan).
7. Memperkuat infrastruktur kesehatan masyarakat di masa yang akan datang bagi hasil yang memuaskan masyarakat umum.
8. Membarui peranan para profesional di bidang kesehatan, misalnya meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para petugas medis, memperkuat infrastruktur kesehatan, membangun kemitraan,

mengembangkan akuntabilitas, dan mengembangkan pembuktian atas layanan.

2.1.6 Tinjauan Tentang *Stunting*

2.1.6.1 Definisi *Stunting*

Stunting merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu pengerdilan dimana keadaan tubuh yang pendek dan sangat pendek hingga melebihi keadaan seharusnya dibawah median panjang atau tinggi badan. *Stunting* dapat di diagnosis melalui indeks antropometri tinggi badan yang mencerminkan pertumbuhan linear yang di capai pada pra dan pasca persalinan dengan indikasi kekurangan gizi jangka panjang, akibat dari gizi yang tidak memadai. *Stunting* merupakan pertumbuhan linear yang gagal untuk mencapai potensi genetik sebagai akibat dari pola makan yang buruk dan penyakit infeksi (ACC/SCN, 2000).

Stunting (kerdil) adalah kondisi dimana balita memiliki panjang atau tinggi badan yang kurang jika dibandingkan dengan umur. Kondisi ini menunjukkan status gizi yang kurang (malnutrisi) dalam jangka waktu yang lama (kronis) (Candra, 2020).

Stunting merupakan bentuk kegagalan pertumbuhan (*growth faltering*) akibat akumulasi ketidakcukupan nutrisi yang berlangsung lama mulai dari kehamilan sampai usia 24 bulan. *Stunting* yang telah terjadi bila tidak diimbangi dengan *catch-up growth* (tumbuh kejar) akan menimbulkan permasalahan karena berhubungan dengan meningkatnya resiko terjadinya kesakitan dan kematian, perkembangan otak suboptimal sehingga perkembangan motorik terlambat dan

terhambatnya pertumbuhan mental. Oleh karena itu *stunting* merupakan prediktor buruk yang akan berpengaruh pada pengembangan potensi bangsa (UNICEF, 2013) Stunting pada anak menjadi permasalahan karena berhubungan dengan meningkatnya risiko kesakitan dan kematian, gangguan pada perkembangan otak, gangguan terhadap perkembangan motorik dan terhambatnya pertumbuhan mental anak (Rahayu, 2018).

Menurut WHO (2017) dampak yang ditimbulkan apabila seorang anak mengalami *stunting* terbagi menjadi dampak jangka pendek dan jangka panjang. Dampak jangka pendek yang akan dialami dapat meningkatkan kejadian kesakitan dan kematian serta menghambat proses perkembangan kognitif, motorik, dan verbal pada anak. Sedangkan dalam jangka panjang, anak akan memiliki postur tubuh yang tidak optimal (lebih pendek dari anak seusianya), meningkatnya risiko terkena obesitas, dan menurunnya produktivitas dan kapasitas kerja.

Proses pertumbuhan pada manusia di bawah kendali genetik dan pengaruh lingkungan, yang beroperasi sedemikian rupa pada waktu tertentu selama periode pertumbuhan, dimana satu atau yang lain mungkin merupakan pengaruh dominan (Candra, 2020). Kekurangan gizi dapat terjadi sejak bayi dalam kandungan dan pada masa awal setelah anak lahir, tetapi baru nampak setelah anak berusia 2 tahun, dimana keadaan gizi ibu dan anak merupakan faktor penting dari pertumbuhan anak (Rahayu, 2018).

Stunting ialah masalah gizi utama yang akan berdampak pada kehidupan sosial dan ekonomi dalam masyarakat. Ada bukti jelas bahwa individu yang *stunting* memiliki tingkat kematian lebih tinggi dari berbagai penyebab dan

terjadinya peningkatan penyakit. *Stunting* akan mempengaruhi kinerja pekerjaan fisik dan fungsi mental dan intelektual akan terganggu (Mann dan Truswell, 2002). Hal tersebut juga didukung oleh Jackson dan Calder (2004) menyatakan *stunting* berhubungan dengan gangguan fungsi kekebalan dan meningkatkan resiko kematian.

Anak bertubuh pendek juga bisa disebabkan karena faktor *Short Stature*, dimana panjang atau tinggi badan menurut umur dan jenis kelamin berada dibawah rata-rata teman seusianya. Sedangkan anak yang bertubuh pendek karena *stunting* mengalami gagal tumbuh akibat kondisi kesehatan dan nutrisi yang tidak optimal. Anak yang pendek normal ada yang patologis, yang patologis ini dilihat lagi, apakah patologis profesional atau tidak. Kalau tidak profesional biasanya karena kelainan Genetik contohnya Cebol. Jika profesional itu salah satunya adalah *stunting*

2.1.6.2 Penyebab *Stunting*

1. Keadaan Ibu dan Calon Ibu

Kondisi kesehatan dan gizi ibu sebelum dan saat kehamilan serta setelah persalinan mempengaruhi pertumbuhan janin dan resiko terjadinya *stunting*. Faktor lainnya pada ibu yang mempengaruhi adalah postur tubuh ibu yang pendek, jarak kehamilan yang terlalu dekat, ibu yang masih muda. Serta asupan nutrisi yang kurang pada saat kehamilan. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 97 Tahun 2014 tentang pelayanan kesehatan masa sebelum hamil, masa hamil, dan masa sudah melahirkan. Penyelenggaraan pelayanan kontrasepsi, serta pelayanan kesehatan Seksual, faktor-faktor yang meningkatkan risiko ibu hamil mengalami masalah kehamilan adalah

usia ibu yang terlalu muda, terlalu tua, terlalu sering melahirkan, dan terlalu dekat jarak kelahiran. Usia ibu yang terlalu muda (dibawah 20 tahun) berisiko melahirkan bayi dengan berat lahir rendah (BBLR) dan menyebabkan terjadinya stunting. Kondisi ibu sebelum masa kehamilan baik postur tubuh (berat badan dan tinggi badan) dan gizi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya *stunting* (Kementrian Kesehatan RI, 2018).

2. Keadaan Bayi dan Balita

Nutrisi yang diperoleh sejak bayi tentunya sangat berpengaruh terhadap pertumbuhannya termasuk risiko terjadinya stunting. Tidak terlaksananya inisiasi menyusui dini (IMD), gagalnya pemberian air susu ibu ASI-Eksklusif, dan proses penyapihan dini dapat menjadi salah satu faktor terjadinya stunting. Selain itu dari sisi pemberian makanan pendamping ASI (MP ASI) hal yang perlu diperhatikan adalah kuantitas, kualitas, dan keamanan pangan yang diberikan.

Asupan zat gizi pada balita sangat penting dalam membantu proses pertumbuhan yang sesuai dengan umurnya agar tidak terjadi kegagalan tumbuh kembang (*growth faltering*) yang dapat menyebabkan stunting (Kementrian Kesehatan RI, 2018).

3. Keadaan Sosial Ekonomi dan Lingkungan

Kondisi sosial ekonomi dan sanitasi tempat tinggal juga saling berkaitan dengan terjadinya stunting. Keadaan ekonomi berkaitan dengan kemampuan dalam memenuhi asupan yang bergizi serta mendapatkan

pelayanan kesehatan untuk ibu hamil dan balita. Sedangkan penyakit infeksi yang disebabkan oleh higene dan sanitasi yang buruk seperti diare dapat mengakibatkan penyerapan nutrisi pada proses pencernaan. Beberapa penyakit yang diderita bayi dapat menyebabkan berat badan turun. Jika kondisi ini tidak segera di atasi dengan pemberian asupan makanan yang cukup, maka akan mengakibatkan stunting (Kementrian Kesehatan RI, 2018).

2.1.6.3 Dampak *Stunting*

Menurut (World Health Organization, 2014) Dampak yang ditimbulkan stunting dibagi menjadi dampak jangka panjang dan jangka pendek:

1. Dampak Jangka Pendek
 - a. Peningkatan angka kejadian morbiditas dan kematian.
 - b. Perkembangan kognitif, motorik, dan verbal yang kurang optimal.
 - c. Peningkatan biaya kesehatan.
2. Dampak Jangka Panjang
 - a. Postur tubuh yang pendek saat dewasa (lebih pendek dibanding
 - b. umumnya).
 - c. Meningkatnya risiko obesitas.
 - d. Menurunnya kesehatan reproduksi.
 - e. Penurunan intelligenza (IQ), sehingga prestasi belajar menjadi
 - f. rendah dan tidak dapat melanjutkan sekolah.
 - g. Kecerdasan produktivitas dan kapasitas kerja yang optimal
 - h. sehingga menjadikan beban negara.

2.1.6.4 Pencegahan *Stunting*

Jumlah penderita *stunting* di Indonesia menurut Riskesdas 2018 terus mengalami penurunan. Tetapi langkah pencegahan *stunting* sangat perlu dilakukan. Berikut beberapa upaya pencegahan *stunting* menurut (Kementrian Kesehatan RI, 2017) yaitu:

1. Memenuhi Kebutuhan Gizi sejak Hamil

Tindakan yang relatif ampuh dilakukan untuk mencegah *stunting* pada anak adalah selalu memenuhi gizi sejak masa pra konsepsi sampai masa konsepsi. Lembaga kesehatan Millenium Challenge Account Indonesia menyarankan untuk ibu yang sedang mengandung agar mengonsumsi makanan sehat dan bergizi maupun minum suplemen atas anjuran dokter. Selain itu, perempuan yang sedang menjalani masa kehamilan juga sebaiknya rutin memeriksakan kesehatannya ke dokter atau bidan.

2. Beri ASI Eksklusif sampai bayi berusia 6 bulan

Ahli Nutrisi menyatakan ASI ternyata berpotensi mengurangi peluang *stunting* pada anak berkat kandungan gizi mikro dan makro. Oleh karena itu, ibu disarankan untuk terus memberikan ASI Eksklusif selama enam bulan.

3. Dampingi ASI dengan MPASI sehat

Jika bayi sudah menginjak usia 6 bulan keatas, maka ibu sudah bisa memberikan makanan pendamping atau MPASI. Dalam hal ini pastikan makanan-makanan yang dipilih bisa memenuhi gizi makro dan mikro yang

sebelumnya berasal dari ASI untuk mencegah stunting. WHO merekomendasikan fortifikasi atau penambahan nutrisi ke dalam makanan.

4. Terus memantau tumbuh kembang anak

Orang tua perlu untuk terus memantau tumbuh kembang anak, terutama dari tinggi badan dan berat badan anak. Selalu bawa sikecil ke Posyandu maupun klinik khusus anak. Dengan begitu, akan lebih mudah bagi ibu untuk mengetahui gejala awal gangguan dan penanganannya.

5. Selalu jaga kebersihan lingkungan Seperti yang kita ketahui, anak-anak sangat rentan akan serangan penyakit, terutama kalau lingkungan sekitar mereka kurang sehat, faktor ini pula yang secara tak langsung meningkatkan peluang stunting pada anak. Studi menyebutkan bahwa diare adalah faktor ketiga yang menyebabkan gangguan kesehatan tersebut. Sementara pemicu diare datang dari paparan kotran yang masuk kedalam tubuh sang anak.

2.1.6.5 Penanganan Stunting

Menurut Peraturan Presiden Nomor 42 Tahun 2013 tentang Gerakan Nasional Percepatan Perbaikan Gizi dengan fokus 1000 hari pertama kehidupan (HPK), yang mengedepankan upaya bersama antara pemerintah dan masyarakat melalui penggalangan partisipasi dan kepedulian untuk memperbaiki kehidupan anak-anak Indonesia di masa mendatang. Gerakan ini melibatkan berbagai sektor dan pemangku kebijakan untuk bekerjasama menurunkan prevalensi stunting dengan melalui 2 cara yaitu:

1. Intervensi Gizi Spesifik

Merupakan intervensi yang ditujukan kepada anak dalam 1000 Hari Pertama Kelahiran (HPK) dan berkontribusi pada 30% penurunan stunting. Kegiatan intervensi gizi spesifik umumnya dilakukan pada sektor kesehatan antara lain: Promosi ASI dan makanan pendamping ASI yang bergizi, pemberian tablet zat besi-folat atau multivitamin dan mineral untuk ibu hamil dan ibu menyusui, pemberian zat penambah gizi mikro untuk anak, pemberia obat cacing, pemberian suplemen vitamin A untuk anak balita, dan melakukan pencegahan dan pengobatan diare (Kemenkes, 2017).

2. Intervensi Gizi Sensitif

Merupakan intervensi yang dilakukan untuk menanggulangi penyebab tidak langsung terjadinya stunting, seperti lingkungan yang buruk, kurangnya akses terhadap layanan kesehatan berkualitas, pola asuh yang tidak memadai serta permasalahan ketahanan pangan ditingkat rumah tangga, contoh dari intervensi gizi sensitif meliputi: Intervensi pola hidup bersih sehat (PHBS), seperti cuci tangan pakai sabun dan peningkatan akses air bersih, stimulasi psikososial bagi bayi dan anak-anak, keluarga berencana , kebun gizi dirumah/ disekolah, bantuan langsung tunai yang digabungkan dengan intervensi lain seperti pemberian zat gizi dan pendidikan terkait kesehatan dan gizi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alat pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Disini peneliti mencoba menjelaskan mengenai pokok mxsmasalah

dari penelitian untuk menegaskan, meyakinkan dan menggabungkan teori dengan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian ini.

Kerangka pemikiran menurut (Ardianto, 2011) adalah “dasar dari pemecahan masalah. Ilmu sendiri merupakan kegiatan yang dirintis oleh para pakar ilmiah sebelumnya. Artinya tersedia gudang teori untuk tiap disiplin ilmu, termasuk yang relevan dengan masalah yang digarap”.

Kerangka pemikiran ini peneliti berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Adapun permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Sukabumi Dalam Penanggulangan *Stunting*.

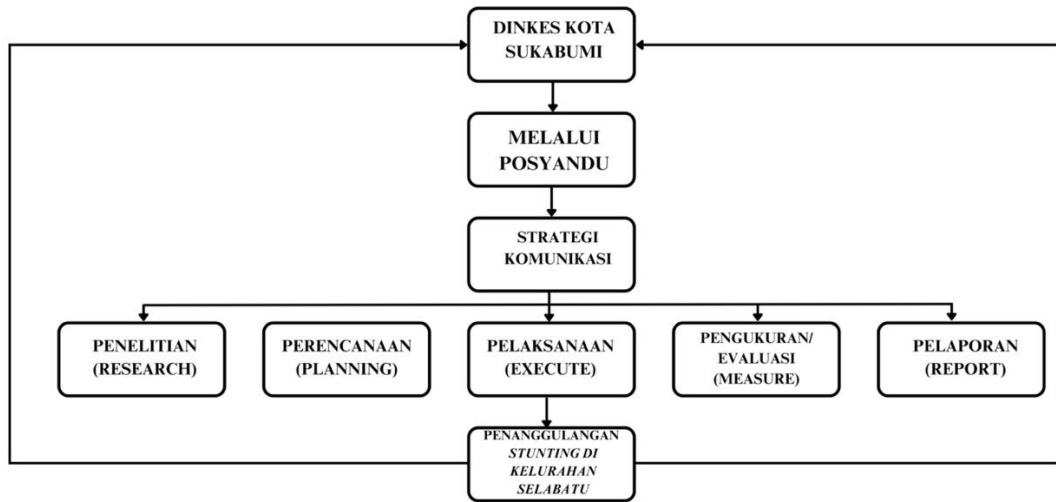
Dari penelitian ini peneliti mengadopsi model Perencanaan Lima Langkah untuk menentukan strategi komunikasi dari Dinas Kesehatan Kota Sukabumi

Model komunikasi perencanaan lima langkah ini terdiri dari lima tahap yaitu, penelitian (*research*), perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*execute*), pengukuran/evaluasi (*measure*), pelaporan (*report*) (Cangara, 2013: 72).

1. **Penelitian (*Research*)**, yaitu untuk mengetahui permasalahan dari Dinas Kesehatan Kota Sukabumi Melalui Posyandu Dalam Penanggulangan *Stunting* Di Kelurahan Selabatu.
2. **Perencanaan (*Planning*)**, yaitu untuk mengetahui langkah perencanaan komunikasi Dinas Kesehatan Kota Sukabumi Melalui Posyandu Dalam Penanggulangan *Stunting* Di Kelurahan Selabatu.

3. **Pelaksanaan (*Execute*)**, yaitu untuk mengetahui langkah komunikasi yang diambil oleh Dinas Kesehatan Kota Sukabumi Melalui Posyandu Dalam Penanggulangan *Stunting* Di Kelurahan Selabatu.
4. **Pengukuran/evaluasi (*Measure*)**, yaitu untuk mengetahui hasil akhir dari Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Sukabumi Melalui Posyandu Dalam Penanggulangan *Stunting* di Kelurahan Selabatu.
5. **Pelaporan (*Report*)**, yaitu untuk mengetahui tindakan terakhir dari perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan Dinas Kesehatan Kota Sukabumi Melalui Posyandu dalam Penanggulangan *Stunting* di Kelurahan Selabatu.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti 2023