

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah elemen integral dalam penelitian akademik yang bertujuan untuk menyajikan pemahaman yang mendalam tentang pengetahuan sebelumnya dalam bidang yang relevan. Dalam konteks bahasa akademik, tinjauan pustaka dilakukan dengan mengumpulkan, mengevaluasi, dan menyintesis literatur yang terkait dengan topik penelitian. Prosesnya dimulai dengan mengidentifikasi sumber-sumber primer yang relevan, seperti jurnal ilmiah dan buku, yang kemudian dibaca secara kritis dan dianalisis. Melalui tinjauan pustaka, peneliti dapat menjelaskan landasan teoretis penelitian mereka, mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang ada, menentukan metode penelitian yang sesuai, dan menyajikan sintesis informasi yang relevan. Dengan demikian, tinjauan pustaka berperan dalam memberikan dasar teoritis yang kokoh, mengarahkan penelitian yang orisinal, dan menyediakan pemahaman yang komprehensif tentang topik yang diteliti.

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terdahulu. Tinjauan pustaka pada bagian ini berguna sebagai pembanding antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Peneliti menggunakan 3 jenis penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama	Meisya, Nia dan Andin	Nugroho, Sasongko dan Kristiawan	Ahmad Syafi'I Lubis
Judul Penelitian	Strategi Dinas BKKBN Provinsi Banten Dalam Menanggulangi Stunting di Desa Banyumundu, Pandeglang (2019)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kejadian <i>Stunting</i> Pada Anak Usia Dini di Indonesia (2021)	Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kulon Progo Dalam Menurunkan Kasus Stunting di Desa Karang Sari Melalui Program Desa Lokus Stunting 2018 (2018)
Metode Penelitian	Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif	Metode yang digunakan dalam penulisan ilmiah ini adalah metode studi literatur dengan pendekatan analisis deskriptif menggunakan rancangan <i>systematic review</i> yaitu dengan cara melakukan pencarian artikel jurnal pada database <i>google scholar</i> dengan kata kunci stunting, usia 24-59 bulan, dan dengan <i>custom range</i> tahun 2018-2018.	Penelitian ini adalah penelitian menggunakan paradigma penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalkan perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan

			dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah
Hasil Penelitian	Hasil dari Penelitian ini adalah (1) BKKBN Provinsi Banten melakukan pengenalan khayalak berdasarkan karakteristik dan tipe khalayak sasaran. (2) BKKBN Provinsi Banten Menyusun pesan dengan memperhatikan bahasa, nilai religius, pengetahuan masyarakat dan lingkungan. (3) BKKBN Provinsi Banten menyampaikan pesan komunikatif dengan metode informatif dan edukasi	Hasil penelitian ini adalah agar dapat dilakukan intervensi yang tepat dalam upaya pencegahan kejadian stunting pada anak usia dini. Penelitian ini menggunakan metode <i>systematic review</i> yaitu melakukan <i>review</i> secara sistematis terhadap 3 buah artikel yang meneliti tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan kejadian stunting pada anak usia 24-59 bulan.	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Kulon Progo untuk menurunkan kasus stunting melalui program Desa Lokus Stunting 2018 dan tanggapan masyarakat serta efektivitas program.
Perbedaan	Penelitian yang peneliti lakukan mencakup lebih dekat dengan mengambil instansi Kecamatan yang dirasa dekat dengan lingkungan masyarakat pedesaan	Perbedaan penelitian ini dibanding dengan yang peneliti lakukan adalah peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penurunan kasus <i>stunting</i> melalui Program Bapak Anak Asuh <i>Stunting</i> .

(Sumber: Peneliti 2023)

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari *communication* yang berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama. Menjalankan komunikasi artinya mengadakan ”kesamaan” dengan orang lain. Komunikasi pada dasarnya membuat komunikan atau penerima pesan dengan komunikator mempunyai kesamaan untuk sebuah pesan.

Secara etimologis, Komunikasi terjemahan dari Bahasa Inggris Communication berasal dari Bahasa Latin Communis yang artinya sama. Mengadakan komunikasi artinya mengadakan “kesamaan” dengan orang lain. Komunikasi pada hakikatnya adalah membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang memberi pesan) sama-sama atau sesuai (*turned*) untuk suatu pesan. (Solihat et al., 2016)

Proses berlangsung nya pesan komunikasi dimulai dari pikiran seseorang yang akan menyampaikan informasi, kemudian disimbolkan baik berupa ucapan atau isyarat, selanjutnya melalukan perubahan melalui media atau perantara sehingga pesan dapat diterima oleh komunikan. Komunikasi dikatakan berhasil jika komunikator dan komunikan dapat mengerti satu sama lain terhadap pesan yang disampaikan (Solihat et al., 2016)

Setiap manusia pasti berkomunikasi dengan sesamanya. Komunikasi adalah sebuah pertukaran informasi antar manusia, dimana

dalam setiap proses komunikasi memiliki tujuan yang berbeda-beda. Komunikasi merupakan aktivitas yang berkaitan dengan manusia, komunikasi juga adalah aktivitas yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari, selama manusia hidup artinya komunikasi akan tetap berlanjut.

Everett M. Rogers pakar Sosiologi Pedesaan Amerika, telah melakukan riset komunikasi dalam penyebaran sebuah inovasi, membuat definisi bahwa:

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”(Cangara, 2016).

Definisi ini lalu dikembangkan oleh Rogers dan D. Lawrence Kincaid (1981) yang kemudian menghasilkan sebuah definisi yang baru, dan menyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”(Cangara, 2016)

Artinya, komunikasi melibatkan komunikator untuk menyampaikan pesan, baik tertulis maupun tidak tertulis kepada komunikan. Kemudian komunikan merespon pesan tersebut baik tertulis maupun tidak tertulis. Komunikasi dengan proses interaksi ini dilihat lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi tindakan searah, namun pandangan tersebut masih bersifat mekanis dan statis karena masih memberatkan pengirim dan penerima pesan.

Menurut Harold D. Lasswell dalam buku Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano Pengantar Ilmu Komunikasi memberikan defisini komunikasi sebagai berikut:

“Komunikasi Pada dasarnya ialah suatu proses menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat apa” (Rismawaty et al., 2014)

Komunikasi adalah proses dinamis pertukaran informasi, ide, pikiran, dan emosi antara individu atau entitas melalui sarana verbal, tertulis, visual, atau non-verbal. Proses ini melibatkan penyandian dan penguraian pesan, serta membutuhkan pendengaran aktif, empati, umpan balik, dan kejelasan. Komunikasi yang efektif sangat penting dalam hubungan pribadi, pendidikan, bisnis, perawatan kesehatan, dan domain lainnya, karena komunikasi memfasilitasi hubungan, menyelesaikan konflik, berbagi informasi, dan mempengaruhi orang lain. Komunikasi adalah aspek yang kompleks dan penting dalam interaksi manusia, yang memainkan peran penting dalam menumbuhkan pemahaman dan membangun hubungan yang bermakna.

2.2.1.2 Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam berbagai konteks, tidak terbatas hanya pada lingkungan keluarga, tetapi juga dalam ruang lingkup organisasi. Proses komunikasi di dalam organisasi melibatkan komunikasi antarpersonal dan kelompok, yang merupakan aspek penting dalam dinamika komunikasi internal di dalam konteks organisasi.

Komunikasi adalah proses, artinya proses adalah bagian penting dari semua peristiwa komunikasi, setiap proses yang secara alami meliputi langkah-langkah. Proses komunikasi juga memiliki beberapa komponen komunikasi. Menyimpang dari paradigma Lasswell, terdapat lima komponen komunikasi diantaranya komunikan / komunikator, pesan, saluran, media dan efek. Kelima komponen tersebut menjadi bagian dari tahapan terpisah dari setiap peristiwa yang terjadi.

Organisasi dapat mengemuka sebagai objek yang berdiri karena adanya interaksi antara individu-individu yang memiliki tujuan bersama. Interaksi tersebut tidak terlepas dari peran penting komunikasi dalam konteks organisasi. Komunikasi bukan hanya sekadar alat yang digunakan oleh sebuah organisasi dalam berinteraksi sesama anggota, melainkan juga berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan upaya-upaya yang perlu dilakukan guna mencapai tujuan organisasi yang sudah di tetapkan.

Organisasi dapat berdiri dikarenakan adanya interaksi seseorang dengan orang lain yang memiliki satu tujuan, interaksi tersebut tidak luput dari kegiatan komunikasi. Komunikasi bukan hanya instrumen yang digunakan organisasi dalam berinteraksi melainkan juga berperan sebagai media untuk menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan upaya yang perlu disampaikan untuk mencapai tujuan organisasi (Nainggolan, Nana Triapnita, 2021).

Menurut (Sopiah, 2018) proses komunikasi terdiri dari beberapa unsur, antara lain:

1. Pengirim (*sender*), merupakan orang yang memiliki informasi untuk disampaikan kepada orang lain. Di dalam sebuah organisasi pengirim mampu dilakukan oleh siapa saja seperti pimpinan dan anggota organisasi.
2. Penyandian (*encoding*), adalah proses komunikasi yang merubah sebuah informasi yang disampaikan oleh pengirim untuk disebarkan dalam bentuk simbol atau isyarat. Proses ini biasanya dilakukan oleh pengirim pesan (*sender*).
3. Pesan, adalah informasi yang dimiliki oleh pengirim pesan yang berupa kata-kata, ucapan ataupun tulisan yang akan disampaikan kepada penerima pesan. Pesan juga bisa disampaikan melalui gerakan tubuh, ekspresi wajah dan lain-lain.
4. Saluran (*channel*), merupakan media yang digunakan untuk alat menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Media yang digunakan dalam proses komunikasi seperti: televisi, radio, surat kabar dan lain-lain.
5. Penerima (*receiver*), merupakan orang yang akan menerima pesan, mendengarkan pesan atau informasi, ide, pengetahuan dari pengirim.
6. Penafsiran (*decoding*), penafsiran ini adalah proses pengartian sebuah pesan yang diberikan oleh pengirim pesan (*sender*) kepada penerima pesan (*receiver*).

7. Umpan balik (*feedback*), dalam proses komunikasi setelah pengirim menyampaikan informasi kepada penerima, artinya komunikasi sudah berjalan sesuai apa yang diinginkan atau bisa dikatakan komunikasi telah berjalan dengan baik jika penerima pesan memberikan respon terkait pesan yang diterima.

Gangguan (*noise*), merupakan Gangguan dalam proses komunikasi merujuk pada hambatan-hambatan yang dapat mengganggu atau menghalangi kelancaran aliran pesan atau informasi dalam proses komunikasi. Gangguan ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, baik secara internal maupun eksternal, dan dapat mempengaruhi pemahaman, interpretasi, pengiriman, atau penerimaan pesan antara pengirim dan penerima komunikasi. (Nainggolan, Nana Triapnita, 2021)

1. Komunikasi Primer

Effendy (1994:11-19) menyebutkan proses komunikasi secara primer merupakan proses penyimpanan sebuah pikiran dan suatu perasaan seseorang terhadap orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang tersebut sebagai media primer dalam proses komunikasi disebut pesan verbal (bahasa) dan nonverbal (gestur, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya) yang dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan (Rismawaty et al., 2014).

Komunikasi merupakan proses pesan yang seimbang untuk komunikator dan komunikan. Proses komunikasi ini ditandai dengan

komunikator menyandi (encode) pesan yang akan di sampaikan terhadap komunikan. Artinya komunikator menuangkan pikiran serta perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang akan dimengerti oleh komunikan. Selanjutnya komunikan menterjemahkan (decode) pesan dari komunikator. Artinya komunikan menterjemahkan lambang yang ada pada pikiran dan perasaan komunikator dalam konteks pengertian (Rismawaty et al., 2014)

2. Komunikasi Sekunder

Komunikasi sekunder merupakan proses penyampaian sebuah pesan dari komunikator kepada komunikan dengan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambing sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan pesan karena komuniikan sebagai sasaran karena berada di tempat yang jauh atau jumlah komunikannya banyak. Komunikasi secara sekunder itu bisa dikatakan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, majalah, dsb) dan media nirmassa (telepon, megapon, dsb) (Rismawaty et al., 2014)

2.2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur yang harus ada dalam setiap proses komunikasi yaitu:

1. Sumber (*encoder*), yaitu seseorang atau sekelompok orang yang memiliki keinginan untuk menyampaikan pesan.
2. Pesan, pesan bisa dalam bentuk lambang / tanda seperti kata-kata tertulis, secara lisan, gambar, angka dan lain sebagainya.

3. Saluran, merupakan media yang dipakai sebagai alat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.
4. Penerima (*decoder*), seseorang atau sekelompok orang yang menjadi sasaran sebuah penyampaian pesan (Karyaningsih, 2018).

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi

Fungsi dari komunikasi yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy meliputi empat poin penting komunikasi, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Menyampaikan informasi (*to inform*) Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi tentang suatu peristiwa, gagasan, atau tingkah laku yang disampaikan kepada orang lain.
- 2) Mendidik (*to educate*) Komunikasi sebagai sarana pendidikan yang memberikan pengetahuan dan informasi, melalui ide atau pemikiran yang disampaikan kepada orang lain.
- 3) Menghibur (*to entertain*) Komunikasi berfungsi untuk menghibur orang lain.
- 4) Mempengaruhi (*to influence*) Komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi orang lain, baik merubah jalan pikiran ataupun tingkah lakunya (Effendy, 2003).

Dalam praktiknya, fungsi-fungsi komunikasi ini saling berinteraksi dan tidak selalu terpisah satu sama lain. Pemahaman tentang fungsi komunikasi

dapat membantu dalam memahami peran penting komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia

2.2.1.5 Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang melakukan komunikasi pasti memiliki tujuan yang ingin di capai, tujuan komunikasi adalah agar lawan bicara dapat mengerti maksud dan tujuan komunikasi yang disampaikan. Menurut Onong Uchjana dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik mendefinisikan beberapa tujuan dalam berkomunikasi, di antaranya:

1. Perubahan Sikap (*attitude change*)
2. Perubahan Pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan Perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan Sosial (*social change*) (Effendy, 2003)

Josep Devito dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Antar Manusia mendefinisikan tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. Untuk Menemukan, dengan kita berkomunikasi kita dapat mengerti dan memahami secara baik diri kita sendiri dan orang lain yang kita ajak bicara.
2. Untuk Berhubungan, motivasi dalam diri manusia yang paling kuat yaitu berhubungan dengan orang lain.
3. Untuk Meyakinkan, media massa hadir Sebagian besarnya untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita

4. Untuk Bermain, kita banyak menggunakan perilaku komunikasi untuk bermain serta menghibur diri kita dengan mendengarkan pelawak (Devito, 1997:31).

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M Dallas Burnett dalam bukunya yang berjudul *Techniques for Effective Communication* mengatakan bahwa tujuan sentral komunikasi terdiri dari tiga tujuan, yaitu:

- a. *to secure understanding*
- b. *to establish acceptance*
- c. *to motivate action*

Pertama *to secure understanding* berarti memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya, jika komunikan telah mengerti serta memahami isi pesan, penerima harus dibina (*to establish acceptance*) dan pada akhirnya kegiatan atau pesan yang diberikan oleh komunikator di motivasikan (*to motivate action*) (Effendy, 2017).

2.2.2 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi dan Kesehatan

2.2.2.1 Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan untuk merencanakan dan mengelola komunikasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus dapat menggambarkan secara praktis bagaimana pelaksanaannya akan dilakukan, serta dapat beradaptasi dengan perubahan situasi dan kondisi yang terjadi.

”Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), komunikan sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.” (Cangara, 2014)

Strategi pada dasarnya merupakan perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai sebuah tujuan. Dalam mencapai tujuan strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan nya saja, lebih dari itu harus mampu memperlihatkan bagaimana taktik operasionalnya Begitu juga dengan strategi komunikasi yang merupakan petunjuk perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu memperlihatkan seperti apa pelaksanaannya secara praktis harus dilakukan, artinya pendekatan (approach) bisa berubah sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi (Effendy, 2017).

2.2.2.2 Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu yang membahas tentang proses komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan terkait isu kesehatan kepada audiens, baik individu, kelompok, maupun masyarakat. Komunikasi kesehatan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan, sikap, dan perilaku yang berkaitan dengan kesehatan, baik dalam upaya pencegahan penyakit, promosi kesehatan, manajemen penyakit, maupun rehabilitasi kesehatan.

Komunikasi kesehatan dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang penyakit tersebut pentingnya gizi dan kebiasaan makan yang sehat, serta memberikan informasi dan dukungan kepada orang tua di memberikan nutrisi yang cukup untuk anaknya. Selain itu, melalui

komunikasi kesehatan, masyarakat dapat memperoleh informasi akurat tentang pencegahan stunting dan langkah penanganan yang dapat dilakukan diterapkan di rumah, seperti memilih bahan makanan yang berkualitas dan memberikan variasi makanan yang sehat untuk anak-anak (Mogot et al., 2023)

Komunikasi kesehatan merupakan suatu keilmuan yang sangat berkembang dalam satu dekade terakhir. Sebagai salah satu bidang keilmuan, komunikasi kesehatan adalah bidang yang memiliki segudang informasi yang menakjubkan dan sangat relevan dengan keilmuan mengenai komunikasi antar manusia bahkan dalam komunikasi bermedia dengan upaya kesehatan manusia dan promosi kesehatan. Komunikasi kesehatan pada dasarnya merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan pada bidang kesehatan untuk mendorong terciptanya keadaan dan status manusia yang sehat secara utuh, baik fisik, mental, maupun social. Komunikasi kesehatan lebih di khusus kan daripada ilmu manusia (human communication) karena komunikasi kesehatan ini lebih di fokuskan kepada kesehatan manusia (Junaedi & Sukmono, 2018).

Komunikasi kesehatan memiliki hubungan yang erat dengan manusia untuk menjaga kesehatan, baik individu, kelompok, organisasi, maupun instansi pemerintahan. Sebagai contoh dari komunikasi kesehatan ini adalah sebuah program promosi yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam isu di bidang kesehatan. Program promosi kesehatan adalah bentuk dari komunikasi kesehatan yang dilaksanakan oleh lembaga negara yang dalam

pelaksanaannya mengikut sertakan organisasi di masyarakat. Pesan di dalamnya dibuat oleh individu atau kelompok yang mempunyai kemampuan di bidang promosi kesehatan (Junaedi & Sukmono, 2018)

Artinya komunikasi kesehatan adalah suatu proses komunikasi yang melibatkan pengiriman, penerimaan dan pertukaran informasi yang berhubungan isu-isu kesehatan antara individu, kelompok, atau masyarakat secara umum. Melalui berbagai saluran komunikasi seperti komunikasi interpersonal, komunikasi massa dan komunikasi dalam konteks Kesehatan yang lebih formal. Dalam konteks yang lebih luas, komunikasi Kesehatan dapat digunakan untuk mendukung implementasi kebijakan kesehatan, menggali masalah kesehatan masyarakat secara keseluruhan.

2.2.2.3 Peran Komunikasi Kesehatan

Promosi kesehatan memainkan peran penting dalam mengatasi stunting dengan meningkatkan kesadaran tentang masalah dan mendorong individu dan masyarakat untuk mengambil tindakan untuk mencegah dan mengobati stunting. Promosi kesehatan dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti kampanye kesehatan, program penjangkauan masyarakat, dan pendidikan di Puskesmas. Salah satu cara efektif untuk meningkatkan kesehatan dan mencegah stunting adalah melalui kampanye berbasis komunitas. Kampanye ini dapat melibatkan distribusi materi informasi tersebut seperti pamflet, poster, dan selebaran, serta organisasi acara dan kegiatan komunitas seperti demonstrasi memasak, lokakarya nutrisi, dan pameran kesehatan. Kegiatan ini dapat memberikan masyarakat dengan

informasi praktis tentang cara mencegah stunting dan mempromosikan kebiasaan makan yang sehat (Mogot et al., 2023)

Dikutip dari jurnal Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan *Covid-19* yang ditulis (Rakhmaniar, 2021) komunikasi kesehatan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran individu terkait isu-isu kesehatan, masalah kesehatan, risiko kesehatan, serta solusi kesehatan, melalui penyampaian informasi yang relevan, tepat dan akurat.

Komunikasi kesehatan memiliki hubungan yang erat dengan interaksi antara faktor kesehatan dan perilaku individu, yang melibatkan aspek biologis, psikologis, dan sosial kemasyarakatan. Ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap status kesehatan seorang individu (Rakhmaniar, 2021). Komunikasi kesehatan terbukti memiliki efektivitas yang tinggi dalam mempengaruhi perilaku individu, hal ini dikarenakan komunikasi kesehatan didasarkan pada prinsip-prinsip psikologi sosial, pendidikan kesehatan yang digunakan untuk mengembangkan dan menyampaikan pesan-pesan yang bertujuan untuk promosi dan pencegahan penyakit bagi kesehatan.

Komunikasi kesehatan jika dilakukan dengan benar dan tepat, komunikasi kesehatan akan dapat memengaruhi sikap, persepsi, kesadaran, pengetahuan dan norma sosial yang secara keseluruhan dapat merubah perilaku individu dalam menjaga kesehatan (Harahap & Putra, 2019)

2.2.3 Tinjauan Tentang Stunting

2.2.3.1 Stunting

Stunting merupakan penyakit pada anak khususnya balita terutama pada usia 0-2 tahun, dimana penyakit ini menyerang keterlambatan tumbuh kembang anak yang menyebabkan memiliki tinggi kurang dari standar usianya. *Stunting* juga di sebabkan dari asupan gizi ibu yang kurang sejak anak dalam kandungan. Anak *stunting* memiliki ciri-ciri antara lain tinggi badan pendek dari anak sebaya, system kekebalan tubuh yang kurang dan resiko Kesehatan jangka Panjang. Upaya pencegahan *stunting* dapat dilakukan dengan pendekatan gizi, sanitasi, pemberdayaan perempuan dan akses pangan bergizi.

Stunting adalah masalah gizi kronis yang disebabkan oleh asupan gizi yang kurang dalam waktu lama. Hal ini terjadi karena asupan makan yang tidak sesuai dengan kebutuhan gizi. *Stunting* terjadi mulai dari dalam kandungan dan baru terlihat saat anak berusia dua tahun. *Stunting* diakibatkan oleh banyak faktor, seperti ekonomi keluarga, penyakit atau infeksi yg berkali-kali. Kondisi lingkungan, baik itu polusi udara, air bersih bisa juga mempengaruhi *stunting*. Tidak jarang pula masalah non kesehatan menjadi akar dari masalah *stunting*, seperti masalah ekonomi, politik, sosial, budaya, kemiskinan, kurangnya pemberdayaan perempuan, serta masalah degradasi lingkungan (Prawirohartono & Hanifah, 2019).

Stunting dimulai pada usia tiga bulan, proses *stunting* juga bisa melambat ketika anak berusia 3 tahun. Ada perbedaan kejadian *stunting* antara anak, anak yang berusia dibawah dua atau tiga tahun menggambarkan proses gagal bertumbuh yang sedang terjadi. Anak yang berusia lebih dari tiga tahun menggambarkan anak tersebut telah mengalami kegagalan pertumbuhan atau *stunting* (Fikawati et al., 2017).

Stunting adalah gangguan pertumbuhan fisik yang berupa penurunan kecepatan pertumbuhan dalam perkembangan manusia, *stunting* adalah dampak dari kurang asupan gizi baik internal maupun eksternal (Sukma, 2019 dalam Tanuwidjaya : 2002)

2.2.3.2 Dampak *Stunting*

Menurut Atmarita yang dikutip oleh (Khotimah, 2022) dampak yang dapat ditimbulkan oleh anak *stunting* dibagi menjadi dua, yaitu jangka pendek dan jangka Panjang :

1. Jangka Pendek
 - a. Peningkatan kejadian kesakitan dan kematian
 - b. Perkembangan kognitif, motoric, dan verbal pada anak tidak optimal
 - c. Peningkatan biaya kesehatan
2. Jangka Panjang
 - a. Postur tubuh yang tidak normal dibandingkan seusianya pada saat dewasa
 - b. Meningkatnya resiko obesitas dan penyakit lainnya
 - c. Menurunnya Kesehatan reproduksi
 - d. Kapasitas belajar dan performa yang kurang optimal saat sekolah
 - e. Produktivitas dan kapasitas kerja yang tidak optimal

Stunting dapat berdampak serius pada anak seperti gangguan pertumbuhan fisik, gangguan sosial dan emosional, prestasi pendidikan rendah, dan dampak ekonomi negatif.

2.2.3.3 Upaya Pencegahan Stunting

Anak yang sedang berada dalam kandungan hingga anak telah lahir harus memiliki asupan gizi yang baik agar anak terhindar dari penyakit, karena anak dengan usia 0 hingga berusia 2 tahun merupakan masa tumbuh kembang anak. Salah satunya agar terhindar dari *stunting*. *Stunting* pada anak memang menjadi pembahasan di dunia kesehatan akhir-akhir ini. Agar anak terhindar dari berbagai penyakit khususnya *stunting* maka perlu dilakukan upaya pencegahan.

Pada tahun 2022 Kementerian Kesehatan telah melakukan langkah untuk mencegah peningkatan *stunting* melalui tema “Protein Hewani Cegah *Stunting*”. Langkah tersebut diambil untuk pencegahan *stunting* pada anak melalui pemenuhan protein hewani pada ibu hamil, ibu menyusui, bayi dan balita, hal ini diambil karena gizi dari pangan hewani memiliki zat gizi yang lengkap, kaya protein hewani dan vitamin yang penting untuk tumbuh kembang anak. Selain pemenuhan protein hewani, ada beberapa cara agar mencegah *stunting* diantaranya sebagai berikut:

1. Memberikan ASI eksklusif pada bayi hingga 6 bulan.
2. Membantu perkembangan anak dan membawa ke posyandu secara rutin.
3. Mengonsumsi Tablet Tambah Darah secara rutin.

4. Memberikan MPASI yang bergizi dan kaya protein hewani untuk bayi yang berusia diatas 6 bulan (RI, 2023)

2.2.4 Tinjauan Tentang Kecamatan Sagalaherang

2.2.4.1 Sejarah Kecamatan Sagalaherang

Menurut data dari Kecamatan Sagalaherang. Kecamatan ini mulai terbentuk pada tanggal 29 Januari 1949, Wali Negara Pasundan memecah Kabupaten Karawang yang meliputi Kawedanaan Karawang, Rengas dengkok, Cikampek dan Purwakarta yang meliputi Kawedanaan Purwakarta, Subang, Ciasem dan Sagalaherang.

Pada Tahun 1968 dikeluarkan Undang-undang Nomor 4 Tahun 1968 yang membagi menjadi dua Kabupaten, yakni Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang, setelah menjadi Kabupaten Subang terus berbenah diri dengan membawahi 20 Kecamatan yang salah satunya Kecamatan Sagalaherang.

Kecamatan Sagalaherang terdiri dari 7 desa, yaitu :

1. Desa Sagalaherang
2. Desa Sagalaherang Kaler
3. Desa Curugagung
4. Desa Leles
5. Desa Dayeuhkolot
6. Desa Cicadas
7. Desa Sukamandi

Kecamatan Sagalaherang memiliki penduduk sekitar 30.289 jiwa dengan kepadatan penduduk 600 jiwa/km². Jumlah penduduk desa Sagalaherang Kaler menjadi yang terbanyak 5.714 jiwa dan desa ini

sekaligus menjadi pusat perdagangan dan jasa di wilayah Kecamatan Sagalaherang

Kisaran luas wilayah setiap desa antara 2,16 km² (Sagalaherang) sampai 8,75 km² (Curugagung); dengan lima desa yang paling luas ialah : Curugagung, Cicadas, Sukamandi, Leles dan Sagalaherang Kaler. Kepadatan penduduk setiap desa berkisar antara 387 jiwa per km² (Sukamandi) sampai 2.397 jiwa per km² (Sagalaherang)

2.3 Kerangka Pemikiran

Konsep pemikiran merupakan model konseptual terkait dengan teori dari berbagai faktor-faktor masalah yang terjadi. Kerangka pemikiran merupakan pendeskripsian sementara terkait berbagai gejala yang menjadi suatu objek penelitian. Pada kerangka pemikiran ini peneliti menjelaskan berbagai pokok permasalahan penelitian yang di teliti, penelitian yang di teliti merupakan penelitian dalam lingkup strategi komunikasi yang berhubungan dengan *stunting* yang dilakukan oleh Kecamatan Sagalaherang.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Kesehatan Melalui Program “Bapak Anak Asuh Stunting (BAAS)” di Kecamatan Sagalaherang Kabupaten Subang. Sebagai mana sudah dijelaskan oleh Cangara di dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi menjelaskan bahwa 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.

Dari uraian tersebut peneliti menetapkan 4 indikator yang sesuai dengan kegiatan “Bapak Anak Asuh *Stunting* (BAAS)”. Adapun ke empat indikator ini yaitu komunikator, pesan, saluran, komunikan. Indikator-indikator tersebut akan menjadi fokus peneliti dalam penelitian ini, karena ke empat indikator tersebut relevan dengan program tersebut. Berikut indikator-indikator yang menjadi acuan penelitian ini, diantaranya:

1. Komunikator, yaitu untuk mengetahui bagaimana proses seorang komunikator dalam menyampaikan pesan melalui program “Bapak Anak Asuh *Stunting* (BAAS)” kepada masyarakat sebagai komunikan. Komunikator adalah orang yang memberikan pesan, sumber, serta memberikan informasi. Komunikator juga jumlahnya tidak hanya satu melainkan bisa lebih dari satu orang. Komunikator juga bisa berkelompok seperti organisasi, lembaga, media massa, maupun partai politik.
2. Pesan, yaitu untuk mengetahui bagaimana informasi yang diberikan oleh komunikator melalui program “Bapak Anak Asuh *Stunting* (BAAS)” kepada masyarakat sebagai komunikan. Pesan adalah ide atau gagasan yang di rangkai oleh komunikator dan disampaikan kepada komunikan yang berisi pesan sebagai konten, dan symbol sebagai lambing. Pesan juga bisa meliputi bahasa, gambar, dan

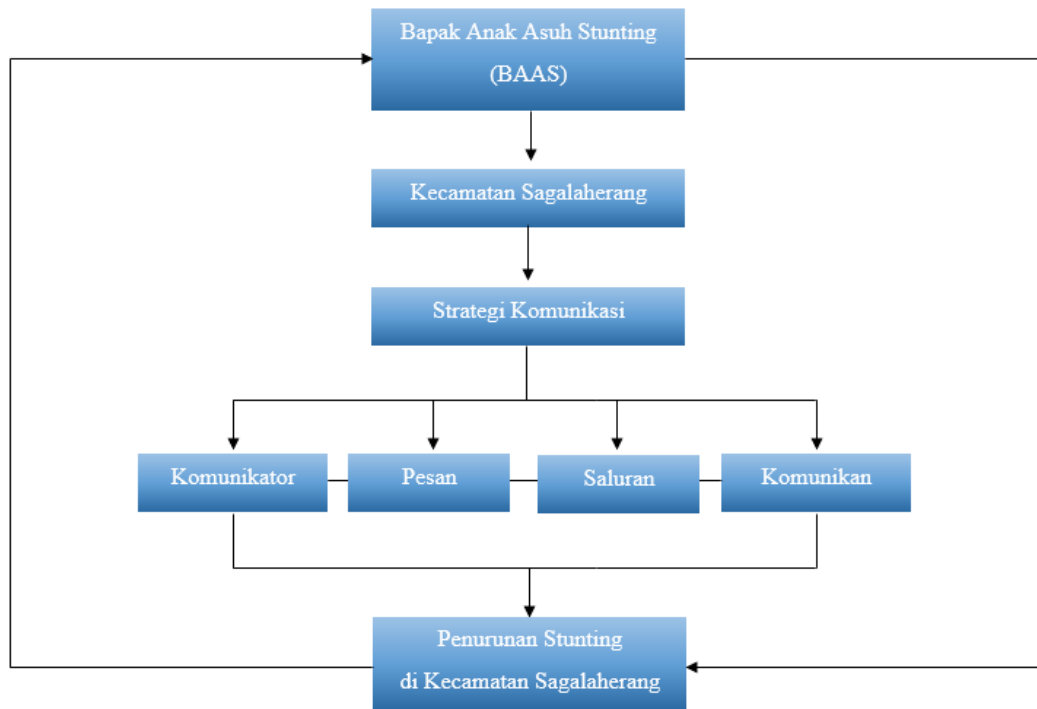
lainnya, yang bisa digunakan sebagai usaha komunikator menyampaikan isi pesan tersebut.

3. Saluran (Media), yaitu untuk mengetahui saluran apa yang digunakan oleh Kecamatan Sagalaherang melalui program “Bapak Anak Asuh *Stunting* (BAAS)”. Saluran media ini bisa meliputi indera manusia, telepon, surat, media massa (cetak maupun elektronik), program, pesta rakyat dan alat bantu lainnya yang menyebarkan pesan komunikasi.
4. Komunikan, yaitu untuk mengetahui bagaimana respon program “Bapak Anak Asuh *Stunting* (BAAS)” yang diberikan komunikator dalam menerima isi pesan. Komunikan merupakan orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan, atau orang yang menerima isi pesan dari seorang komunikator.

Dari penjelasan indikator-indikator tersebut terkait Strategi Komunikasi yang dijelaskan oleh Cangara dalam buku *Perencanaan & Strategi Komunikasi* dapat ditarik kesimpulan bahwa peneliti hanya berfokus pada strategi Komunikasi yang dilakukan Kecamatan Sagalaherang, artinya efek atau pengaruh dalam program “Bapak Anak Asuh *Stunting* (BAAS)” tidak menjadi hasil akhir dalam penelitian yang dilakukan, sedangkan komunikator, pesan, saluran (media), komunikan akan menjadi bahan kajian yang akan di kaji oleh peneliti. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar 2. 1

Bagan Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, Mei 2023