

**Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah dalam Mensosialisasikan Program Pencegahan *Stunting*: Studi Kasus Pada Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Bekasi**

**Hasbi Fauzi Rahman**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina

hasbi.rahman@students.paramadina.ac.id

**ABSTRACT**

*A process of communication can be considered successful when communicant receive and understand the message as defined by a communicator. It will produce an effective communication to achieve the purpose of communication. The district government Bekasi are elements of government at the regional level district that has duties and functions and tasks based autonomy as wide as possible embedded with the autonomy in the system and the unitary state of the republic of Indonesia as referred to in the country undang-undang who have clearly administrative matters and has the potential to improve the welfare of the citizens in accordance with their condition, features and potential of the seed of the region. In preventing stunting, of course required of local government public relations to familiarize the program so that the whole society get comprehensive information. Researchers in this wants to know how the communications strategy undertaken by Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB)*

**Keyword:** District Government, Strategy Communication, Stunting

**ABSTRAK**

Suatu proses komunikasi dapat dianggap berhasil ketika komunikan menerima dan memahami pesan sebagaimana yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi yang efektif ini akan menghasilkan tercapainya tujuan komunikasi. Pemerintah Kabupaten Bekasi adalah unsur pemerintah di tingkat wilayah Kabupaten yang memiliki tugas dan fungsi menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara. Urusan pemerintahan yang secara nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi, kekhasan dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan. Dalam upaya pencegahan *stunting*, tentunya diperlukan peran dari humas Pemerintah Daerah dalam mensosialisasikan program agar seluruh lapisan masyarakat mendapatkan informasi yang menyeluruh. Peneliti dalam hal ini ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) kepada masyarakat yang ada di Kabupaten Bekasi.

**Kata Kunci:** Pemerintah Daerah, Strategi Komunikasi, *Stunting*

## PENDAHULUAN

Pemerintah Daerah merupakan unsur pemerintah yang mempunyai kewenangan dalam melaksanakan otonomi daerah untuk mengatur dan mengelola urusan daerahnya sendiri. Otonomi daerah merupakan wujud desentralisasi, yaitu pemindahan pemerintah pusat ke daerah. Peran pemerintah salah satunya adalah menyejahterakan masyarakat. Pemerintah Kabupaten Bekasi melalui Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB). *Stunting* adalah sebuah kondisi gagal tumbuh pada anak balita yang tinggi badannya jauh lebih pendek dibandingkan tinggi badan anak seusianya akibat kekurangan gizi. *Stunting* merupakan permasalahan yang semakin banyak ditemukan di Negara berkembang, termasuk Indonesia. Hasil riset kesehatan dasar (RISKEDAS) 2018 menunjukkan bahwa bayi usia di bawah lima tahun (Balita) yang menderita *stunting* mencapai 30,8%, sedangkan pada tahun 2019 turun menjadi 27,67%. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan angka *stunting* di Indonesia selama ini belum menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan. Anak dengan status gizi *stunting* akan mengalami gangguan pertumbuhan hingga masa remaja sehingga pertumbuhan anak lebih rendah dibandingkan remaja normal. Remaja yang *stunting* berisiko mendapatkan penyakit kronik salah satunya adalah obesitas. Remaja *stunting* berisiko obesitas dua kali lebih tinggi daripada remaja yang tinggi badannya normal.

Sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 42/2013 tentang Gerakan Nasional Percepatan Perbaikan Gizi Tercantum dalam RPJMN 2015-2019, Peraturan menteri kesehatan No. 23 tahun 2014 Tentang Upaya Perbaikan Gizi, Peraturan Menteri Keuangan No 61/PMK.07/2019 tentang Pengalokasian Dana Desa untuk mendukung pelaksanaan kegiatan intervensi pencegahan *stunting* terintegrasi. Regulasi tersebut menjadi acuan Program Pencegahan *Stunting* berskala nasional. Pencegahan *stunting* termasuk ke dalam salah satu yang difokuskan dalam pembangunan kesehatan dikarenakan pertumbuhan di usia dini adalah hal yang penting untuk diperhatikan. Karena salah satu penyebab dari *stunting* yaitu bisa timbul dari faktor lingkungan, juga dari makanan yang dikonsumsi, baik dilihat dari sumber gizinya atau vitaminnya. Dengan melihat persentase angka peningkatan *stunting*, maka saat ini di Indonesia digencarkan di tiap-tiap daerah dengan berdasarkan pengawasan pemerintah. Salah satunya yaitu di Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat.

Menurut Edward L. Bernays ruang lingkup humas pemerintah secara umum adalah memberikan informasi apalagi mengenai kebijakan pemerintah yang menyangkut masyarakat kepada khalayak yang merupakan hak masyarakat dan menjadi kebutuhan dasar masyarakat yang harus dipenuhi oleh pemerintah agar masyarakat mengetahui dan memahaminya, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan kedua belah pihak dan mengintegrasikan sikap dan perbuatan antar lembaga dengan sikap dan perbuatan masyarakat begitu pula sebaliknya, menjadi jembatan emas penghubung dengan masyarakat, apalagi jika eksekusi program pemerintah untuk kepentingan masyarakat (Suprawoto, 2018). Pada dasarnya ada dua ruang lingkup humas pemerintah pusat menurut Sam Black, yakni a. menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijakan, perencanaan dan hasil yang dicapai dan b. menerangkan

dan mendidik publik mengenai perundang-undangan, peraturan-peraturan, dan hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan rakyat sehari-hari (Suprawoto, 2018). Strategi komunikasi diperlukan untuk melaksanakan program komunikasi kepada audiens yang ditargetkan demi mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam program komunikasi, strategi yang tepat sangat penting agar tujuan tersebut dapat tercapai. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan program pemerintah sangat bergantung pada aspek komunikasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegagalan juga terkait erat dengan kualitas komunikasi yang dilakukan (Widodo, Aan, 2020).

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari studi sebelumnya mengenai kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Kota Depok, yang merupakan daerah pertama di Indonesia yang mengidentifikasi pasien Covid-19. Penelitian berjudul Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program Pencegahan *Stunting* (Studi Kasus Pada Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Bekasi) yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa dengan adanya peran komunikasi yang efektif dari Pemerintah Daerah, maka akan dapat mempengaruhi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dalam mencegah *stunting*. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

## TINJAUAN LITERATUR

### Strategi Komunikasi

Kata strategi memiliki asal dari bahasa Yunani kuno, yaitu "*stratos*" yang berarti tentara dan "*agein*" yang berarti memimpin. Dari sini, muncul istilah *strategos* yang merujuk pada pemimpin tentara di tingkat tinggi. Strategi menciptakan ide dan konsep yang dikembangkan oleh para praktisi. Dalam menghadapi tantangan komunikasi, para perencana harus menangani berbagai masalah, terutama yang berkaitan dengan strategi pemanfaatan sumber daya komunikasi yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Cangara, 2013).

Strategi Komunikasi adalah sebuah konsep yang terdiri dari dua kosa kata, yakni strategi dan komunikasi. Strategi dapat diterjemahkan sebagai suatu pola atau perencanaan yang menggabungkan tujuan organisasi, kebijakan-kebijakan, dan rangkaian aksi yang terpadu. (Quinn & Mintzberg, 1991). Pada pengertian tersebut, Quinn juga menambahkan bahwa suatu strategi yang efektif meliputi tiga elemen penting, yakni: a. Tujuan utama organisasi; b. Berbagai kebijakan yang mendorong atau justru membatasi gerak organisasi; c. Rangkaian aktivitas kerja atau program yang mendorong terwujudnya Strategi komunikasi dimaknai sebagai sebuah perencanaan optimal dengan memadukan elemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Berikut adalah definisi tentang strategi komunikasi para komunikolog diantaranya: a. Strategi komunikasi adalah sebuah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optima.; b. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan

komunikasi (*Communication Planning*) dan Manajemen Komunikasi (*communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan.

### **Tujuan Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapai dan jenis materiil apa saja yang dipandang mampu memberikan kontribusi bagi tercapainya tujuan tersebut. Tujuan strategi komunikasi menjadi penting karena meliputi *annaouncing, motivating, educating, informing, and supporting decision making*.

1. Memberitahu (*announcing*) merupakan pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.
2. Memotivasi (*motivating*), merupakan penyebaran informasi yang bersifat motivasi bagi masyarakat untuk mencari dan mendapatkan kesempatan dari pesan yang ingin disampaikan.
3. Mendidik (*educating*), merupakan penyampaian informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat harus disampaikan dalam kemasan *educating* atau yang bersifat mendidik.
4. Menyebarkan informasi (*informing*), merupakan upaya untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran. Dalam penyebaran informasi, diusahakan agar spesifik dan aktual, sehingga dapat diterima oleh konsumen.
5. Mendukung pembuatan keputusan (*supporting decision making*), dalam rangka pembuatan keputusan,

Maka informasi dikumpulkan, dikategorisasi, dan dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan (Liliwiri, 2011).

### **Komunikasi Pemerintahan**

Menurut Erliana Hasan, komunikasi pemerintahan merupakan proses penyampaian ide, program, dan gagasan dari pemerintah kepada masyarakat untuk mencapai tujuan. Dalam konteks ini, pemerintah berperan sebagai komunikator, sedangkan masyarakat sebagai komunikan. Namun, dalam situasi tertentu, masyarakat dapat berfungsi sebagai penyampai ide atau gagasan, sementara pemerintah berperan untuk mendengarkan dan memahami keinginan masyarakat.

### **Stunting**

Tubuh pendek pada masa anak-anak, yang dikenal sebagai *stunting*, merupakan hasil dari kekurangan gizi kronis atau kegagalan pertumbuhan yang terjadi di masa lalu. Hal ini digunakan sebagai indikator jangka panjang untuk menilai status gizi anak. *Stunting* berkaitan erat dengan gangguan perkembangan neurokognitif serta peningkatan risiko penyakit tidak menular di kemudian hari (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2015). *Stunting* adalah masalah gizi kronis yang disebabkan oleh asupan nutrisi yang tidak memadai dalam jangka waktu

yang lama, sering kali akibat dari pola pemberian makanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan gizi anak. Proses *stunting* dapat dimulai sejak janin dalam kandungan dan baru terlihat jelas ketika anak mencapai usia dua tahun. Tingginya angka kematian bayi dan anak disebabkan oleh kekurangan gizi pada usia dini, yang dapat mengakibatkan anak lebih rentan terhadap penyakit dan memiliki pertumbuhan fisik yang tidak optimal saat dewasa (MCA, 2013). *Stunting* merupakan indikasi dari terhambatnya proses pertumbuhan anak, dan menjadi salah satu masalah gizi yang memerlukan perhatian serius (Picauly dan Toy, 2013).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena sosial secara mendalam, berdasarkan sudut pandang para informan. Penelitian deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, pengalaman, dan interaksi sosial yang terjadi dalam konteks penyuluhan yang dilakukan oleh UPTD. Sumber data dalam penelitian ini bersifat sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer akan dilakukannya observasi dan *indepth - interview*. Observasi menjadi bagian penting dalam penelitian ini guna mendukung dan melihat secara langsung proses penyuluhan yang dilakukan oleh Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kabupaten Bekasi. Adapun *indepth interview* dilakukan guna memastikan informasi yang diberikan sesuai dengan yang diberitakan. Sumber data sekunder akan dilakukan studi literatur guna mencari dokumen seperti buku, artikel, berita dan penelitian terdahulu untuk mendukung penelitian yang dilakukan ini.

Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk memahami bagaimana pelaksanaan strategi penyuluhan dilakukan, bagaimana peran Kepala UPTD dan kader posyandu dijalankan, serta bagaimana peserta merespons proses penyuluhan tersebut secara langsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

### 1. Siapa (*who*)

Berkaitan dengan kebijakan publik, yang dilakukan oleh pemerintah adalah melakukan komunikasi terhadap masyarakat. Sebelum Peraturan Daerah dibentuk pemerintah melakukan tindakan dengan kebijakan publik berupa membangun komunikasi langsung dengan jajaran OPD di Kabupaten Bekasi, berjenjang dari Kecamatan sampai desa dan kelurahan dan disosialisasikan kepada seluruh ASN, Camat, Lurah tentang adanya program pengurangan pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh kader posyandu binaan Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) disosialisasikan kepada masyarakat.

2. Pesan (*say's what*)

Informasi yang disampaikan tentang pengurangan sampah kemasan plastik yaitu dengan pembuat program penyuluhan yang rutin diselenggarakan, untuk programnya sendiri ada program posyandu bulanan yang program utamanya adalah menimbang badan dan mengukur badan anak balita. Selain itu juga Pemerintah rutin mensosialisasikan pencegahan *stunting* yang dilakukan oleh kader posyandu, PKK, maupun dari DPPKB yang di mana DPPKB ini memiliki Unit Pelayanan Teknis Daerah (UPTD) di setiap Kecamatan.

3. Media (*channel*)

Penyampaian informasi ini dilakukan dengan melakukan komunikasi langsung dengan masyarakat melalui penyuluhan baik yang dilakukan oleh pihak DPPKB, kader posyandu serta PKK. Selain itu juga melalui media elektronik seperti radio, media sosial seperti Instagram. Pemerintah juga membuat poster mengenai pencegahan *stunting* dan keluarga berencana di tempat umum lainnya.

4. Kepada siapa (*to whom*)

Pesan ini disampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat di Kabupaten Bekasi. Mulai dari tingkat Kabupaten, Kecamatan sampai Kelurahan dan Desa. Masyarakat menerima informasi pada saat menghadiri kegiatan posyandu rutin, sosialisasi, PKK dan kegiatan lainnya.

5. Efek (*effect*)

Dampak yang ditimbulkan dari program ini ialah banyak masyarakat yang sudah sadar tentang pencegahan *stunting*. sosialisasi dari pegawai DPPKB, kader posyandu dan PKK yang sangat efektif dalam menurunkan angka *stunting* di Kabupaten Bekasi, namun dengan upaya yang dilakukan oleh pemerintah maka masyarakat bisa turut serta melaksanakan dan membantu menjalankan program ini. Terbukti angka *stunting* di Kabupaten Bekasi dapat turun cukup signifikan dari yang sebelumnya 17,8% di tahun 2022 turun menjadi 13,8% di akhir tahun 2023.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) telah merumuskan strategi komunikasi dalam pelaksanaan pencegahan *stunting*. Strategi ini bersifat preventif, dengan penekanan pada penyampaian pesan yang meyakinkan. Selain itu, pesan tersebut juga mencakup informasi mengenai sosialisasi yang diberikan sebagai bentuk pembinaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pencegahan *stunting*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, F., & Syamsu, A. A. (2012). *Studi kebijakan pemerintah*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Puspitasari, W., & Sugiarto, A. (2021). [Artikel dalam Jurnal]. *Jurnal Communicology*, 9(2), 188–205.
- Ramadhan, F. V., & Sudarmanti, R. (2024). Jalinan komunikasi antara public relations dan jurnalis dalam membangun media relations bermakna (Studi kasus: Tokopedia dan Kompas.com, Sub-Rubik: Money). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 832–841. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.554>
- Sudarsono, A. B., & Olivia, H. (2021). [Artikel dalam Jurnal]. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), April.
- Wulandari, R., & Hutapea, E. B. (2025). Analisa strategi komunikasi politik anggota DPR Aceh terpilih periode 2024–2029 pada partai lokal Aceh. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 4(1), Januari. Universitas Paramadina.