

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi kualitas sumber daya manusia di Indonesia masih menjadi perhatian serius dalam pembangunan nasional. Berbagai indikator kesehatan menunjukkan adanya tantangan besar, mulai dari angka yang menunjukkan kematian ibu dan atau bayi, stunting, penyakit menular, hingga masalah gizi yang perlu perhatian untuk diselesaikan. Angka kematian ibu dan atau angka kematian bayi merupakan tolok ukur penting untuk memperhitungkan bagaimana tingkat kualitas sumber daya manusia suatu negara. Berdasarkan definisi dari WHO, kematian bayi dilihat dari data jumlah bayi yang meninggal sebelum mencapai umur satu tahun dari seribu kelahiran hidup dalam setahun (Kementerian Kesehatan, 2023). Indikator ini sering dijadikan patokan untuk mengevaluasi kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan di sebuah negara. Salah satu permasalahan yang paling berdampak adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemenuhan gizi sejak dini.

Kondisi kesehatan yang baik sejak usia dini berdampak besar pada produktivitas, kualitas pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat secara umum. Ini juga menjadi fondasi utama dalam membangun sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas. Pemerintah pun telah menetapkan kesehatan sebagai salah satu prioritas utama dalam pembangunan jangka menengah dan panjang nasional. Ini dibuktikan dengan adanya berbagai kebijakan lintas sektor yang mendukung layanan kesehatan untuk

ditingkatkan kualitasnya, khususnya bagi ibu dan anak. Salah satu indikator dari masih buruknya kondisi kesehatan masyarakat Indonesia adalah angka stunting di Indonesia masih cukup tinggi.

Stunting merupakan kondisi gagal tumbuh dan berkembang yang terjadi pada anak balita akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, terutama pada periode seribu hari pertama kehidupan. Pertumbuhan tubuh anak menjadi lebih pendek dibandingkan dengan usianya. Balita yang mengalami stunting adalah anak-anak yang panjang badan atau tinggi badan berdasarkan usianya lebih pendek atau rendah daripada anak normal seusianya (Luh et al., 2021). Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mencegah masalah stunting ini, yaitu pencegahan dari hulu, dalam konteks ini, hulu berarti upaya pencegahan stunting yang dimulai dari tahap paling awal, yaitu sejak masa pranikah, kehamilan, hingga kelahiran anak (Saputri & Tumangger, 2019). Terminologi hulu sendiri merujuk pada sumber masalah, yakni kesiapan calon pengantin, status kesehatan reproduksi, serta pemenuhan gizi ibu hamil yang menjadi faktor fundamental dalam menentukan status gizi anak di masa depan, sehingga pendekatan dari hulu ini penting untuk memastikan intervensi dapat dilakukan sejak sebelum bayi lahir. Karena permasalahan gizi kronis yang mengakibatkan stunting ini akan berdampak pada pembangunan sumber daya manusia.

Permasalahan gizi kronis seperti stunting juga menjadi perhatian dalam agenda pembangunan global, khususnya dalam kerangka Sustainable Development Goals (SDGs). Stunting memiliki keterkaitan langsung dengan SDG 2.2, yang menargetkan penghapusan segala bentuk malnutrisi pada tahun 2030, serta SDG 3, yang

menekankan pentingnya kesehatan dan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh (Bhutta et al, 2020). Indonesia sebagai bagian dari komunitas internasional telah berkomitmen menurunkan angka stunting secara signifikan. Target nasional yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024 adalah menurunkan prevalensi stunting hingga 14% pada 2024. Namun, berdasarkan proyeksi terbaru, target SDGs dalam hal ini masih menghadapi tantangan besar, terutama di negara berkembang seperti Indonesia.

Kesehatan adalah fondasi utama bagi pembangunan kualitas sumber daya manusia yang unggul dan produktif. Status kesehatan yang baik sejak dini berkontribusi pada peningkatan kualitas ini dalam mendukung pembangunan di suatu negara (Sulistiari, 2018). Pentingnya kesehatan ini menjadi perhatian utama pemerintah Indonesia melalui lembaga-lembaga terkait. Kemendukbangga/BKKBN sebagai kementerian/lembaga pemerintah telah diberi mandat untuk menjadi koordinator nasional dalam percepatan penurunan stunting, dimana kementerian ini yang langsung bertanggung jawab di bidang pembangunan keluarga kepada presiden. Peran ini dijalankan melalui berbagai program, termasuk edukasi pranikah, pendampingan keluarga berisiko, dan penyediaan aplikasi Elsimil untuk memantau kesiapan calon pengantin dan ibu hamil. Kementerian Kependudukan dan Pembangunan Keluarga/BKKBN juga fokus pencegahan stunting hingga ke tingkat desa, untuk memastikan intervensi dilakukan secara holistik dan menyeluruh.

Kementerian Kependudukan dan Pembangunan Keluarga/BKKBN tidak hanya bertugas mengelola program keluarga berencana, tetapi juga menjadi ujung tombak

dalam upaya pencegahan stunting dari hulu, melalui pembinaan kesiapan berkeluarga bagi remaja, calon pengantin, dan keluarga muda. BKKBN secara resmi ditunjuk oleh pemerintah sebagai koordinator program percepatan penurunan stunting di Indonesia, berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting. Tugasnya Kementerian Kependudukan dan Pembangunan Keluarga/BKKBN yaitu bertanggung jawab menyusun strategi nasional, mengoordinasikan berbagai sektor, membentuk Tim Percepatan Penurunan Stunting (TPPS) di tingkat pusat hingga desa, serta mengawal program pendampingan keluarga berisiko stunting melalui pendekatan keluarga berencana, edukasi gizi, dan intervensi berbasis keluarga (Widasari, 2023). Kementerian Kependudukan dan Pembangunan Keluarga/BKKBN mengembangkan pendekatan dari hulu dengan memastikan bahwa calon pengantin dan ibu hamil dalam kondisi optimal untuk mencegah terjadinya stunting.

Berdasarkan data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2022 yang dirilis oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, prevalensi stunting di Indonesia tercatat sebesar 21,6%. Angka ini mengalami penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Meskipun, prevalensi tersebut masih tergolong tinggi dan menjadi tantangan besar untuk mengejar capaian target secara nasional sebesar 14% pada tahun 2024 (Kementerian Kesehatan RI, 2023). Kondisi ini memperlihatkan bahwa intervensi pencegahan stunting sangatlah penting. Stunting berdampak jangka panjang tidak hanya pertumbuhan secara fisik pada anak, tetapi juga pada perkembangan dan

kemampuan kognitif. Sehingga ini akan sangat mempengaruhi tingkat pendidikan, dan produktivitas ekonomi di masa depan anak yang stunting.

Stunting merupakan kondisi permanen yang tidak dapat diobati setelah anak melewati usia dua tahun, sehingga pencegahan menjadi satu-satunya cara paling efektif. Pencegahan dilakukan dengan memastikan ibu hamil dan anak baduta mendapatkan gizi yang cukup, lingkungan sehat, dan perawatan optimal sejak sebelum kelahiran (Bahraini et al., 2025) Edukasi dan intervensi harus dilakukan sedini mungkin, bahkan dimulai dari masa pranikah. Salah satu pendekatan strategis dalam pencegahan ini adalah melalui kampanye edukatif yang disampaikan lewat media sosial.

Media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat modern. Karakteristiknya yang interaktif, cepat, dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, media sosial seperti Instagram menjadi medium strategis untuk menyampaikan pesan edukatif (Setiadi, 2016). Keunggulan konten visual, storytelling, dan format dinamis menjadikan Instagram efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh generasi muda yang juga merupakan target utama dalam pencegahan stunting. Sehingga, media sosial memainkan peran penting dalam transformasi pendekatan komunikasi kampanye.

Kementerian Kependudukan dan Pembangunan Keluarga/BKKBN menerapkan strategi networking dengan melakukan pendekatan stakeholder relation yang melibatkan berbagai stakeholder dari kementerian/lembaga, pemerintah daerah, tokoh

masyarakat, hingga mitra swasta. Strategi ini bertujuan membentuk jejaring yang kuat dan berkelanjutan agar pesan kampanye dapat disampaikan secara luas dan efektif. Hubungan yang dibangun tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga kolaboratif, dengan mengedepankan prinsip partisipatif dalam penyusunan pesan kampanye. Kampanye sosial yang dilakukan di media sosial juga mengintegrasikan berbagai perspektif stakeholder untuk meningkatkan legitimasi dan mampu menyampaikan pesan. Sehingga, sinergi antar pihak dapat memperkuat upaya pencegahan stunting dari berbagai sisi.

Pada kampanye komunikasi modern, media baru memainkan peranan strategis. Media baru atau new media mengacu pada berbagai teknologi komunikasi yang berbasis digital dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai sarana berkomunikasi (McQuail, 2011), yang juga merujuk pada platform digital berbasis internet yang memungkinkan komunikasi dua arah dan interaktif, seperti media sosial, website, atau aplikasi berbasis mobile. Media baru meliputi berbagai aspek, diantaranya sebagai sarana hiburan, menjadi cara baru dalam merepresentasikan dunia melalui masyarakat virtual, membentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi, menghadirkan pengalaman baru terkait representasi diri, menghubungkan konsep hubungan manusia dengan teknologi saat ini menggunakan media seperti budaya media, industri, ekonomi, serta regulasi (Ade Salsabila & Nur, 2025). Untuk membatasi ruang lingkup penelitian ini, media baru yang digunakan oleh penulis adalah platform Instagram.

Pemilihan Instagram sebagai media kampanye didasari oleh beberapa faktor, seperti konten visual, storytelling, serta kemampuannya menjangkau audiens muda. Kemudian, Instagram memiliki jumlah pengguna aktif yang besar di Indonesia, sekitar 104,8 juta pengguna Instagram, menjadikannya negara dengan jumlah *user* Instagram terbanyak di posisi keempat tingkat dunia (Darmawan et al., 2024). Terutama dari kalangan usia muda produktif (18–34 tahun), yang termasuk dalam kelompok usia calon pengantin dan orang tua muda. Selain itu, format visual Instagram yang dinamis, seperti feed, stories, reels, dan live, memungkinkan penyampaian pesan kesehatan secara menarik, kreatif, dan mudah diakses. Oleh karena itu, hal ini membuat Instagram menjadi platform yang efektif untuk membangun kesadaran dan mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya kesehatan dalam konteks ini, pencegahan stunting bahkan sejak dari hulu. Kondisi kesehatan masyarakat Indonesia masih menjadi perhatian serius dalam pembangunan nasional. Berbagai indikator kesehatan menunjukkan adanya tantangan besar, mulai dari angka kematian ibu dan bayi, penyakit menular, hingga masalah gizi yang belum terselesaikan. Angka ini merupakan tolok ukur penting dalam menilai tingkat kesehatan suatu negara. Berdasarkan definisi dari WHO, kematian bayi adalah bayi yang meninggal sebelum mencapai umur satu tahun per seribu kelahiran hidup dalam setahun (Kementrian Kesehatan, 2023). Indikator ini sering dijadikan patokan untuk mengevaluasi kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan di sebuah negara. Salah satu permasalahan yang paling berdampak adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemenuhan gizi sejak dini.

Stunting merupakan kondisi permanen yang tidak dapat diobati setelah anak melewati usia dua tahun, sehingga pencegahan menjadi satu-satunya cara paling efektif. Pencegahan dilakukan dengan memastikan ibu hamil dan anak baduta mendapatkan gizi yang cukup, lingkungan sehat, dan perawatan optimal sejak sebelum kelahiran (Bahraini et al., 2025). Edukasi dan intervensi harus dilakukan sedini mungkin, bahkan dimulai dari masa pranikah. Salah satu pendekatan strategis dalam pencegahan ini adalah melalui kampanye edukatif yang disampaikan lewat media sosial.

Media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat modern. Karakteristiknya yang interaktif, cepat, dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, media sosial seperti Instagram menjadi medium strategis untuk menyampaikan pesan edukatif (Setiadi, 2016). Keunggulan konten visual, storytelling, dan format dinamis menjadikan Instagram efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh generasi muda yang juga merupakan target utama dalam pencegahan stunting dari hulu. Sehingga, media sosial memainkan peran penting dalam transformasi pendekatan komunikasi kesehatan.

1.2 Identifikasi Masalah/Fokus Penelitian

Meskipun berbagai kebijakan telah diterapkan oleh pemerintah sebagai upaya meningkatkan kualitas kesehatan pada masyarakat, namun tantangan besar seperti angka kematian ibu dan bayi, serta tingginya prevalensi stunting masih tetap menjadi masalah penting. Adanya kesenjangan antara kebijakan yang dibuat dengan

pemahaman dan perilaku masyarakat terhadap pentingnya pemenuhan gizi sejak dini. Rendahnya literasi gizi dan minimnya akses informasi edukatif menjadi faktor utama dari masih tingginya angka stunting, terutama di kalangan remaja dan calon orang tua. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dan menjangkau kelompok usia yang tepat.

Pada konteks inilah media sosial, khususnya Instagram, dinilai memiliki potensi besar untuk dijadikan sarana kampanye kesehatan. Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah, penyebaran informasi secara luas, dan mampu menjangkau kelompok usia muda yang merupakan target utama edukasi pencegahan stunting. Meskipun Instagram sudah digunakan sebagai media kampanye, belum banyak penelitian yang secara mendalam mengevaluasi strategi komunikasi yang diterapkan lembaga pemerintah seperti BKKBN melalui platform ini. Maka, perlu dilakukan penelitian yang mengkaji bagaimana strategi kampanye ini dirancang, dijalankan, dan diterima oleh masyarakat.

Masih tingginya angka stunting menunjukkan perlunya pendekatan komunikasi yang lebih relevan dan terarah. Salah satu upaya yang dilakukan oleh BKKBN adalah membangun kampanye sosial melalui media sosial, khususnya Instagram, untuk menjangkau calon pengantin dan keluarga muda. Keberhasilan dari strategi ini belum banyak dievaluasi, khususnya dalam hal bagaimana kampanye tersebut membangun jejaring dengan stakeholder serta membentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi komunikasi BKKBN dalam kampanye pencegahan stunting melalui Instagram, serta mengevaluasi

sejauh mana pendekatan ini mampu membangun relasi dengan stakeholder dan meningkatkan kesadaran pencegahan stunting. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami sejauh mana media sosial dapat menjadi alat kampanye yang efektif dalam konteks kesehatan masyarakat di Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di uraikan sebelumnya, maka peneliti menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi yang dibangun oleh BKKBN untuk menciptakan linear pesan dalam kampanye pencegahan stunting melalui platform media sosial Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk:

1. Menjelaskan strategi komunikasi yang diterapkan oleh BKKBN dalam kampanye pencegahan stunting melalui media sosial Instagram.
2. Menggambarkan kemampuan pesan dalam kampanye pencegahan stunting yang dilakukan melalui Instagram untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat.

1.5 Signifikansi Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks kampanye komunikasi publik melalui media baru. Menganalisis strategi kampanye BKKBN dalam mencegah

stunting melalui Instagram, dapat memperluas pemahaman yang dipandang tepat mengenai penggunaan platform digital sebagai medium penyampaian pesan kesehatan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademis bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti isu serupa terkait media sosial dalam isu kampanye pencegahan stunting. Temuan dari penelitian ini juga dapat memperkuat kerangka teori tentang komunikasi partisipatif dan kampanye sosial digital.

1.5.2 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi lembaga pemerintah dan pemangku kepentingan dalam merancang kampanye pencegahan stunting yang lebih tepat sasaran, partisipatif, dan relevan dengan karakteristik masyarakat muda. Sehingga, mampu mendorong peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemenuhan gizi sejak dini melalui pesan-pesan kampanye yang dianggap cukup efektif dalam membangun pemahaman. Menggunakan strategi kampanye komunikasi yang lebih terarah, diharapkan intervensi pencegahan stunting dapat menjangkau lebih banyak calon pengantin dan keluarga muda. Hal ini secara tidak langsung mendukung upaya pemerintah dalam menurunkan prevalensi stunting di Indonesia.