

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi kampanye komunikasi yang dilakukan oleh BKKBN dalam upaya pencegahan stunting melalui media sosial Instagram. Berdasarkan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, ditemukan bahwa kampanye tersebut dijalankan dalam kerangka komunikasi satu arah yang terstruktur, dengan strategi internal yang berfokus pada penyampaian pesan kepada audiens digital secara luas dan konsisten.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BKKBN dalam kampanye pencegahan stunting melalui media sosial Instagram pada dasarnya telah mengikuti sebagian besar tahapan strategi kampanye sebagaimana dirumuskan dalam model Anne Gregory. BKKBN memulai kampanye dengan pemetaan isu stunting sebagai masalah strategis nasional, menentukan tujuan komunikasi yang berfokus pada edukasi dan peningkatan kesadaran, serta menetapkan kelompok sasaran utama seperti calon pengantin dan keluarga muda. Pesan kampanye dikemas dalam bentuk konten visual, narasi ringan, dan informasi yang relevan, kemudian disebarluaskan melalui berbagai fitur interaktif Instagram seperti Reels dan Stories. Pelaksanaan kampanye juga menunjukkan adanya pendekatan kolaboratif dengan mitra kerja dan tokoh masyarakat untuk memperkuat jangkauan dan kredibilitas pesan.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa tahapan evaluasi dalam strategi kampanye BKKBN belum tergambarkan secara sistematis. Tidak terdapat mekanisme pengukuran yang jelas terkait dampak kampanye terhadap perubahan pemahaman maupun sikap audiens. Ketidakhadiran sistem evaluasi ini menjadi kelemahan dalam strategi yang dijalankan karena keberhasilan kampanye tidak dapat dinilai secara objektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye BKKBN telah dirancang secara terstruktur dan implementatif, namun belum sepenuhnya memenuhi keseluruhan siklus kampanye strategis karena belum mencakup evaluasi yang terukur.

5.2 Saran

BKKBN disarankan untuk menyempurnakan strategi komunikasinya dengan menambahkan tahapan evaluasi yang terukur, agar dapat menilai secara objektif efektivitas pesan dan dampaknya terhadap audiens. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur analitik Instagram, survei daring, atau diskusi kelompok terarah yang melibatkan sasaran kampanye. Selain itu, penting untuk menyusun indikator evaluasi yang dapat mengukur perubahan tingkat pengetahuan, pemahaman, serta potensi tindakan dari target audiens setelah terpapar pesan kampanye.

Dari sisi konten, BKKBN juga dapat memperkuat strategi dengan mengembangkan pendekatan yang lebih partisipatif, seperti konten yang melibatkan pengalaman pengguna untuk meningkatkan kedekatan emosional dan kepercayaan publik. Narasi visual yang konsisten dan relevan dengan dinamika sosial remaja serta pasangan muda akan memperbesar potensi penyebaran pesan secara organik. Melalui

penguatan evaluasi dan partisipasi audiens, kampanye digital BKKBN akan lebih efektif dalam menjangkau dan menggerakkan masyarakat untuk memahami pentingnya pencegahan stunting sejak sebelum kehamilan.

