

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi

<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## KAMPANYE KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM PERCEPATAN PENANGANAN STUNTING DI KABUPATEN KOTA

**Hamidah<sup>1</sup>**

*Ilmu komunikasi, Universitas Wanita Internasional*  
hamidah@iwu.ac.id

**Evi Sophia<sup>2</sup>**

*Ilmu komunikasi, Universitas Wanita Internasional*  
evisophia@iwu.ac.id

### Abstract

*This study health communication related to stunting prevention in the Districts and Cities of West Java Province, where the prevalence of stunting reaches around 20.2%, approaching the WHO target of below 20%. Qualitative research methods were used to explore the efforts of the People's Welfare Bureau in reducing stunting rates. The findings show that the People's Welfare Bureau of West Java Province shows a strong commitment with positive support from districts and cities, as well as effective coordination between provincial and regional governments. The strategic approach through educational campaigns aims to increase awareness of balanced nutrition and child health care. This campaign utilizes mass media, social media, and community activities to expand the reach of information, motivate the community, and encourage active participation. Overall, the health communication campaign plays a crucial role in changing community behavior and preventing stunting sustainably.*

**Keywords:** *Health communication, Stunting, People's Welfare Bureau of West Java Province*

### Abstrak

Penelitian ini Mengkaji komunikasi kesehatan terkait pencegahan stunting di Kabupaten dan Kota Provinsi Jawa Barat, di mana prevalensi stunting mencapai sekitar 20,2%, mendekati target WHO di bawah 20%. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi upaya Biro Kesejahteraan Rakyat dalam menurunkan angka stunting. Temuan menunjukkan bahwa Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Barat menunjukkan komitmen kuat dengan dukungan positif dari kabupaten dan kota, serta koordinasi efektif antara pemerintah provinsi dan daerah. Pendekatan strategis melalui kampanye edukasi bertujuan meningkatkan kesadaran mengenai gizi seimbang dan perawatan kesehatan anak. Kampanye ini memanfaatkan media massa, sosial, dan kegiatan komunitas untuk memperluas jangkauan informasi, memotivasi masyarakat, dan mendorong partisipasi aktif. Secara Keseluruhan, kampanye komunikasi kesehatan berperan krusial dalam mengubah perilaku masyarakat dan mencegah stunting secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** *Komunikasi kesehatan, Stunting, Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi*

**BUANA  
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi  
Ilmu Komunikasi  
Volume 05  
Nomor 02  
Halaman 100-107  
Bandung, Desember 2024

p-ISSN : 2774 - 2342  
e-ISSN : 2774 - 2202

---

Tanggal Masuk :  
**11 Desember 2024**  
Tanggal Revisi :  
**30 Desember 2024**  
Tanggal Diterima :  
**30 Desember 2024**

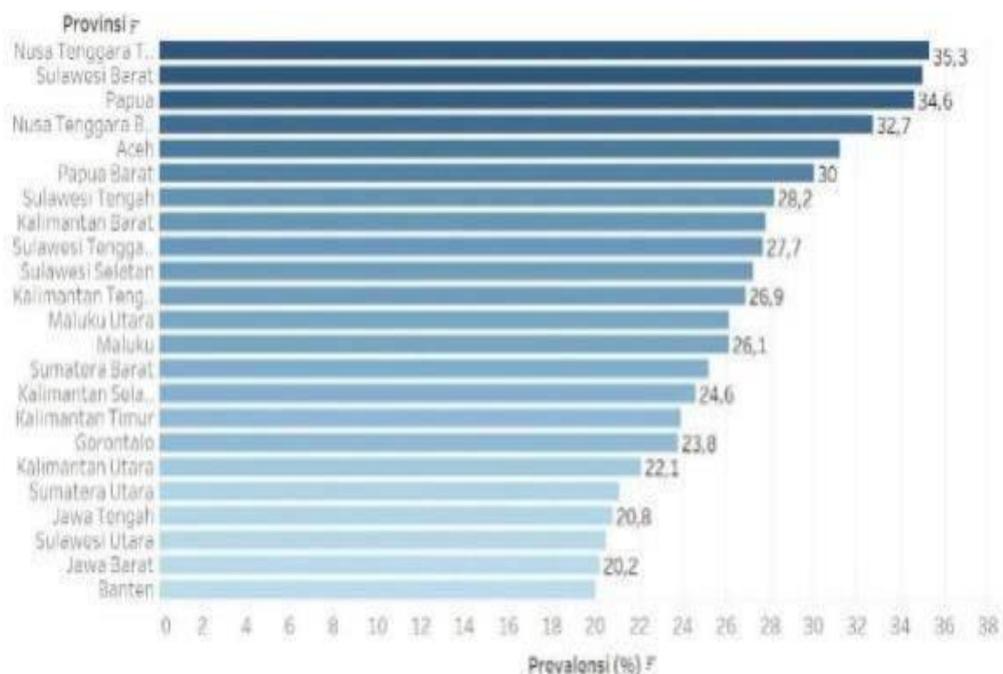
---

## PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi masalah gizi yang cukup serius, ditandai dengan tingginya jumlah kasus gizi buruk pada anak-anak balita dan usia sekolah, baik laki-laki maupun perempuan. Masalah gizi pada anak usia sekolah dapat mengakibatkan rendahnya kualitas pendidikan, tingginya angka absensi, dan tingginya angka putus sekolah. Malnutrisi adalah dampak dari status gizi yang buruk, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Stunting atau pertumbuhan pendek adalah kondisi di mana tinggi badan seseorang tidak sesuai dengan usianya, yang ditentukan dengan menghitung skor Z-indeks Tinggi Badan menurut Umur (TB/U). Seseorang dikatakan stunting jika skor Z-indeks TB/U-nya berada di bawah standar deviasi (SD).

Mengutip dalam (Insani HM, 2020) faktor-faktor utama penyebab stunting di Indonesia meliputi kondisi sosial ekonomi yang rendah, sanitasi yang buruk, dan praktik menyusui yang tidak optimal. Rendahnya tingkat pendidikan dan pendapatan keluarga membatasi akses ke makanan bergizi dan layanan kesehatan. Lingkungan yang tidak higienis dan akses yang buruk terhadap air bersih meningkatkan risiko infeksi, sementara pemberian ASI eksklusif yang tidak memadai mengurangi asupan nutrisi penting yang diperlukan untuk pertumbuhan anak. Hal tersebut dapat di lihat dari tabel dibawah ini tentang angka prevelensi stunting di setiap provinsi seluruh indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Grafik Prevelensi Stunting Provinsi Indonesia Tahun 2024**



**Sumber :** <https://aksi.bangda.kemendagri.go.id/emonev/DashPrev>

Berdasarkan data grafik di atas, dapat diamati bahwa pada tahun 2022, prevalensi stunting di Provinsi Jawa Barat mencapai sekitar 20,2%. Angka ini mendekati target yang ditetapkan oleh WHO, yaitu prevalensi stunting di bawah 20%. Meskipun demikian, upaya lanjutan masih diperlukan untuk menurunkan angka tersebut lebih jauh guna mencapai target yang telah ditetapkan oleh organisasi kesehatan dunia ini.

Perluasan akses terhadap gizi yang berkualitas, penguatan program-program gizi di masyarakat, dan peningkatan kesadaran akan pentingnya pola makan yang seimbang merupakan beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan. Selain itu, perlu juga

meningkatkan kolaborasi antara berbagai sektor terkait seperti kesehatan, pendidikan, dan sosial dalam merancang dan melaksanakan intervensi yang holistik. Dengan demikian, Provinsi Jawa Barat dapat lebih efektif dalam menangani permasalahan stunting dan memastikan anak-anak mendapatkan gizi yang cukup untuk pertumbuhan dan perkembangan yang optimal. Untuk menjadi optimal harus melalui beberapa pendekatan.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk menurunkan angka stunting adalah melalui kampanye komunikasi kesehatan. Dalam buku *"Health Promotion Planning: An Educational and Ecological Approach"*, kampanye komunikasi kesehatan dianjurkan untuk mempertimbangkan faktor-faktor ekologis dan pendekatan pendidikan dalam merancang strategi yang lebih efektif (Simons-Morton et al., 2022).

Lebih lanjut dalam penelitian Damanik, et al. (2021). tentang Sosialisasi kesehatan di Posyandu Tirtajaya dengan fokus pada peningkatan pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap masalah stunting melalui pendidikan kesehatan yang komprehensif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang terstruktur dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran dan pemahaman, sikap masyarakat mengenai stunting dan cara-cara pencegahannya.

Dalam penelitian ini menggunakan teori tindakan beralasan (TRA) dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada akhir 1960-an dan awal 1970-an sebagai bagian dari upaya untuk memahami hubungan antara sikap dan perilaku manusia, terdapat beberapa dimensi dari teori tersebut diantaranya, Sikap terhadap Perilaku (Attitude Toward the Behavior), Norma Subyektif (Subjective Norm), Niat Perilaku (Behavioral Intention). Teori Tindakan Beralasan (TRA), adalah alat yang sangat berguna dalam merancang dan mengevaluasi program komunikasi kesehatan. TRA dapat membantu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kesehatan dan mengembangkan intervensi yang lebih efektif

Kampanye komunikasi kesehatan haruslah dibangun dengan pendekatan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi seimbang dan pola makan yang sehat. Dengan membangun kesadaran ini, diharapkan masyarakat dapat mengadopsi perilaku hidup sehat yang mencegah terjadinya stunting. Penelitian ini akan mengkaji kampanye komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Biro Kesejahteraan Bidang Kesehatan dalam percepatan penanganan stunting di Provinsi Jawa Barat.

## LITERATUR

### Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan merupakan proses strategis dalam menyampaikan informasi kesehatan untuk memengaruhi perilaku individu atau kelompok menuju kesehatan yang lebih baik. Definisi komunikasi kesehatan sering kali dikaitkan dengan upaya mempromosikan literasi kesehatan, meningkatkan kepatuhan terhadap pengobatan, serta mendorong perubahan sosial di bidang kesehatan.

Menurut Rimal dan Lapinski (2009:247). "Health communication encompasses the study and use of communication strategies to inform and influence individual and community decisions that enhance health". Pernyataan ini menunjukkan pentingnya komunikasi kesehatan dalam proses pengambilan keputusan terkait kesehatan baik pada tingkat individu maupun masyarakat.

Di Indonesia, komunikasi kesehatan digunakan untuk menangani isu-isu seperti stunting, kesehatan ibu dan anak, serta penyakit menular. Kampanye yang melibatkan media tradisional seperti radio, televisi, dan media sosial telah diterapkan untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat. menurut Setiawan & Rahmawati (2023:94) mencatat bahwa, “In Indonesia, health communication strategies are increasingly integrated into public health campaigns to address pressing issues like stunting and maternal health”. Secara keseluruhan, komunikasi kesehatan adalah elemen penting dalam upaya peningkatan kesehatan masyarakat yang efektif, baik secara global maupun di tingkat nasional.

### **Teori Tindakan Beralasan**

Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action atau TRA) dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada akhir 1960-an hingga awal 1970-an sebagai respons terhadap tantangan dalam menjelaskan hubungan antara sikap dan perilaku manusia. Pada masa itu, para peneliti mendapati bahwa sikap seseorang tidak selalu mencerminkan perilakunya, sehingga diperlukan kerangka teoritis yang lebih komprehensif untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi tindakan manusia.

Fishbein dan Ajzen merumuskan TRA sebagai teori yang berfokus pada niat atau intention sebagai prediktor utama perilaku. Niat seseorang, menurut TRA, dipengaruhi oleh dua aspek utama: sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Sikap terhadap perilaku mencerminkan penilaian individu tentang sejauh mana suatu tindakan memiliki hasil yang positif atau negatif, sedangkan norma subjektif merujuk pada persepsi individu tentang tekanan sosial atau harapan dari orang-orang yang dianggap penting dalam hidupnya.

TRA menjelaskan bahwa seseorang cenderung bertindak jika ia memiliki niat yang kuat, yang terbentuk oleh sikap positif terhadap tindakan tersebut dan dukungan sosial yang dirasakannya. Teori ini diterapkan di berbagai bidang, seperti kesehatan, pendidikan, dan pemasaran, untuk memahami motivasi dan pengambilan keputusan manusia.

Pada tahun-tahun berikutnya, TRA menjadi landasan bagi pengembangan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior, TPB) oleh Ajzen pada 1985, dengan menambahkan elemen kontrol perilaku yang dirasakan untuk menjelaskan perilaku yang dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar kendali individu. Namun, TRA tetap menjadi teori yang fundamental dalam mempelajari perilaku manusia. TRA berpendapat bahwa perilaku seseorang didasarkan pada niat (*intention*), yang dipengaruhi oleh dua faktor utama:

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*): Penilaian individu terhadap sejauh mana suatu perilaku memiliki hasil yang positif atau negatif.
2. Norma subjektif (*subjective norm*): Persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

TRA menegaskan bahwa seseorang cenderung melakukan suatu tindakan jika ia memiliki sikap positif terhadap tindakan tersebut dan merasa bahwa orang-orang penting dalam hidupnya mendukung tindakan itu.

### **METODE PENELITIAN**

Metode (Method) yang artinya cara, metode berasal dari bahasa Yunani *Methodos* yang artinya melalui dan *Hodos* yang artinya jalan atau arah. Jadi metode dapat diartikan jalan yang harus dilalui untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian merupakan suatu metode untuk menemukan kebenaran untuk sebuah pemikiran kritis. Mengutip dalam (Nugroho,

2020). Metode penelitian adalah cara yang sistematis dan terorganisir untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data guna menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial atau manusia, mengungkapkan pemikiran, dan memperoleh wawasan yang mendalam tentang pengalaman individu. (Handayani, 2021). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam menurut Kriyantono dalam (Rachmat, 2009:98) wawancara adalah percakapan antara periset orang yang berharap mendapatkan informasi dan informan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting suatu objek.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam kepada narasumber yang bersangkutan untuk mengetahui bagaimana kampanye komunikasi yang dilakukan oleh Biro Kesejahteraan rakyat bidang Kesehatan dalam menurunkan angka prevalensi stunting. Wawancara mendalam adalah suatu penelitian dimana pengumpulan data dan informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan atau orang ingin diwawancarai agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam dalam melakukan wawancara ini dilakukan dengan frekuensi yang tinggi. Informan yaitu orang yang dipilih secara sengaja dengan manfaat untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi serta memiliki banyak pengalaman tentang latar penelitian (Moleong, 2006:56).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Barat (Biro Kesra) adalah salah satu unit kerja di bawah Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang bertugas untuk mengkoordinasikan, merencanakan, dan melaksanakan kebijakan di bidang kesejahteraan rakyat. Biro ini berfokus pada peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui berbagai program dan kegiatan yang berkaitan dengan kesehatan, pendidikan, sosial, dan keagamaan.

Tugas dan fungsi utama Biro Kesra meliputi:

1. Perencanaan dan Kebijakan: Merumuskan kebijakan di bidang kesejahteraan rakyat berdasarkan kebutuhan masyarakat dan arahan pemerintah pusat.
2. Koordinasi dan Pelaksanaan Program: Mengkoordinasikan pelaksanaan program-program kesejahteraan rakyat dengan berbagai instansi terkait, baik di tingkat provinsi maupun kabupaten/kota.
3. Monitoring dan Evaluasi: Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program-program kesejahteraan rakyat untuk memastikan efektivitas dan efisiensi.
4. Pelayanan Publik: Memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam hal kesejahteraan sosial, termasuk bantuan sosial, program kesehatan, dan layanan pendidikan.

Biro Kesra juga sering terlibat dalam kampanye dan program kesehatan, seperti kampanye untuk mengurangi prevalensi stunting di kalangan anak-anak, yang merupakan bagian dari upaya mereka untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Provinsi Jawa Barat.

### **Pembahasan Penelitian**

Penelitian ini peneliti akan membahas hasil penelitian tentang bagaimana kampanye Komunikasi Kesehatan biro kesejahteraan rakyat bidang kesehatan dihubungkan dengan teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action). Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan di lapangan maka telah diperoleh beberapa informasi yang dapat digunakan sebagai informasi data untuk memperkuat argumen hasil penelitian ini sebagai berikut:

### ***Sikap Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Barat dalam Program Stunting***

Sikap Biro kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Barat memiliki komitmen yang kuat untuk menurunkan prevalensi stunting di wilayah Kabupaten kota. Respon dari kabupaten dan kota dalam mendukung program stunting juga dianggap sangat positif, dengan semangat tinggi untuk bekerja sama dalam menangani masalah ini. Kunci dari upaya ini adalah koordinasi yang terus-menerus dilakukan antara pemerintah provinsi dan pemerintah daerah. Melalui koordinasi yang efektif, berbagai program dan inisiatif dapat diimplementasikan dengan tepat sasaran dan efisien. Pemerintah daerah menunjukkan antusiasme dan komitmen dalam mendukung program-program yang dirancang untuk mencegah dan mengurangi angka stunting, mencerminkan sikap proaktif dalam menangani tantangan ini. Selain itu, ada harapan untuk penjelasan lebih lanjut mengenai langkah-langkah konkret yang telah diambil oleh pemerintah daerah, serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam implementasi program. Pemerintah Provinsi Jawa Barat berupaya keras untuk memastikan intervensi yang dilakukan efektif dan mampu mengatasi masalah stunting dengan baik. Hal ini menunjukkan adanya sinergi yang kuat antara berbagai tingkatan pemerintahan dalam upaya bersama untuk mengurangi prevalensi stunting di daerah tersebut.

### **Promosi Pencegahan Stunting oleh Biro Kesejahteraan Rakyat Jawa Barat.**

Biro Kesejahteraan Rakyat Jawa Barat memiliki pendekatan strategis dalam mempromosikan perilaku pencegahan stunting. Koordinasi yang intensif dengan pemerintah kabupaten dan kota menjadi salah satu kunci utama dalam menjalankan kampanye edukasi. Kampanye ini berfokus pada peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya gizi seimbang dan perawatan kesehatan anak. Pendekatan yang dilakukan mencakup penyampaian informasi yang mendalam mengenai pentingnya asupan nutrisi yang baik bagi anak-anak. Melalui edukasi yang praktis, biro berusaha memberikan panduan tentang pola makan sehat serta pentingnya pemeriksaan kesehatan secara rutin. Sosialisasi dilakukan melalui berbagai media dan acara komunitas untuk memastikan pesan ini menjangkau sebanyak mungkin masyarakat. Dengan melibatkan berbagai pihak, termasuk orang tua, kampanye ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran nutrisi dalam mencegah stunting. Upaya ini tidak hanya memberikan informasi teoritis tetapi juga memberikan panduan praktis yang dapat diikuti oleh masyarakat sehari-hari. Sosialisasi yang dilakukan melalui berbagai media dan acara komunitas juga memperluas jangkauan informasi, sehingga dapat diakses oleh masyarakat di berbagai daerah. Tujuan akhirnya adalah untuk menciptakan perubahan perilaku yang positif dan berkelanjutan dalam hal perawatan kesehatan anak dan gizi seimbang.

### **Niat Prilaku Masyarakat Terlibat dalam Program Pencegahan Stunting.**

peran penting kampanye komunikasi kesehatan dalam meningkatkan niat masyarakat untuk terlibat dalam program pencegahan stunting. Kampanye ini berfungsi untuk menyampaikan informasi yang jelas, akurat, dan relevan mengenai dampak negatif stunting serta langkah-langkah pencegahannya. Tujuannya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya gizi seimbang dan perawatan kesehatan anak, sehingga masyarakat dapat memahami langkah-langkah yang dapat diambil untuk mencegah stunting. Penggunaan media massa dan media sosial dianggap efektif untuk memperluas jangkauan informasi. Kampanye ini dirancang untuk menjangkau sebanyak mungkin masyarakat, membangun pemahaman bersama mengenai pentingnya tindakan preventif, dan menginspirasi masyarakat untuk lebih aktif dalam program kesehatan. Informasi yang disebarluaskan melalui berbagai media diharapkan dapat memberikan dorongan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam upaya pencegahan stunting. Selain itu, kegiatan komunitas menjadi bagian integral dari kampanye ini. Interaksi langsung di

tingkat komunitas memungkinkan pemberian edukasi yang lebih personal, yang dapat memperkuat motivasi masyarakat untuk terlibat aktif dalam pencegahan stunting. Melalui pendekatan ini, kampanye berupaya untuk memastikan bahwa pesan tentang pentingnya pencegahan stunting tidak hanya dipahami tetapi juga diimplementasikan oleh masyarakat di daerah masing-masing. Pendekatan personal dalam kegiatan komunitas diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif dan komitmen yang lebih kuat dalam mendukung program-program kesehatan yang ada.

### **Kampanye Komunikasi Kesehatan dalam Perubahan Perilaku Masyarakat.**

peran krusial kampanye komunikasi kesehatan dalam mengubah perilaku masyarakat terkait pencegahan stunting di Kabupaten dan Kota Provinsi Jawa Barat. Kampanye ini bertujuan untuk mempengaruhi perilaku masyarakat agar lebih proaktif dalam menerapkan praktik gizi seimbang dan perawatan kesehatan yang diperlukan untuk mencegah stunting. Kampanye komunikasi kesehatan dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan yang jelas dan relevan mengenai pencegahan stunting. Dengan tujuan memotivasi masyarakat untuk mengadopsi kebiasaan sehat, kampanye ini menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyebarluaskan informasi tentang pentingnya pencegahan stunting. Fokus utama adalah meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi perilaku aktual masyarakat dengan memberikan informasi yang tepat dan memotivasi mereka untuk melakukan perubahan. Selain penyampaian informasi, kampanye juga melibatkan kegiatan interaktif yang bertujuan untuk memastikan bahwa pesan tentang pencegahan stunting diterima dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk secara nyata mengubah perilaku masyarakat. Dengan memanfaatkan kegiatan komunitas dan informasi yang relevan, kampanye berusaha untuk membangun pemahaman yang mendalam dan mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan konkret dalam pencegahan stunting.

### **KESIMPULAN**

Berisi kesimpulan hasil penelitian dan mampu menjawab pertanyaan penelitian,

1. Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Barat menunjukkan komitmen kuat untuk menurunkan prevalensi stunting dengan dukungan positif dari kabupaten dan kota. Koordinasi efektif antara pemerintah provinsi dan daerah dalam mengimplementasikan program yang tepat sasaran. Antusiasme pemerintah daerah dan adanya sinergi antara berbagai tingkat pemerintahan mencerminkan upaya proaktif dalam mengatasi masalah stunting.
2. Biro Kesejahteraan Rakyat Jawa Barat menerapkan pendekatan strategis untuk mempromosikan pencegahan stunting melalui koordinasi intensif dengan pemerintah kabupaten dan kota. Kampanye edukasi fokus pada peningkatan kesadaran mengenai gizi seimbang dan perawatan kesehatan anak, dengan menyediakan informasi mendalam dan panduan praktis. Sosialisasi dilakukan melalui media dan acara komunitas untuk menjangkau masyarakat secara luas, bertujuan untuk menciptakan perubahan perilaku yang positif dan berkelanjutan dalam pencegahan stunting.
3. Kampanye komunikasi kesehatan berperan penting dalam mendorong masyarakat terlibat dalam pencegahan stunting dengan menyampaikan informasi jelas dan relevan. Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Barat menyebutkan bahwa media massa, sosial, dan kegiatan komunitas efektif dalam memperluas

jangkauan informasi, meningkatkan kesadaran, dan mendorong partisipasi aktif dalam pencegahan stunting.

4. Kampanye komunikasi kesehatan memainkan peran krusial dalam mengubah perilaku masyarakat terkait pencegahan stunting di Kabupaten dan Kota Provinsi Jawa Barat. Dengan menyampaikan pesan yang jelas dan relevan, serta menggunakan berbagai saluran komunikasi dan kegiatan interaktif, kampanye ini bertujuan untuk memotivasi masyarakat mengadopsi kebiasaan sehat serta Pendekatan yang fokus pada meningkatkan kesadaran dan mendorong tindakan konkret untuk mencegah stunting dalam kehidupan sehari-hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The Handbook of Attitudes* (pp. 173-221). Lawrence Erlbaum Associates.
- Damanik, et al. (2021) Sosialisasi kesehatan di Posyandu Tirtajaya dengan fokus pada peningkatan pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap masalah stunting melalui pendidikan kesehatan yang komprehensif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5(1), 8. [https://doi.org/10.32528/pengabdian\\_iptek.v5\\_i1.2154](https://doi.org/10.32528/pengabdian_iptek.v5_i1.2154)
- Handayani, I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif: Teknik Pengumpulan Data dan Analisis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Insani HM. (2020) Stunting in Indonesia: Why is it Increasing? *J Appl Food Nutr*. 2020 Dec 13;1(2):67–72. Available from: <https://doi.org/10.17509/jafn.v1i2.44174>
- Nugroho, H. (2020). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Rimal, R. N., & Lapinski, M. K. (2009). Why health communication is important in public health. *Bulletin of the World Health Organization*, 87(4), 247-247. <https://doi.org/10.2471/blt.08.056713>
- Setiawan, I., & Rahmawati, N. (2023). Strategies for addressing stunting in Indonesia through health communication campaigns. *Journal of Indonesian Health Communication*, 12(2), 94-108.
- Simons-Morton, B. G., McLeroy, K. R., Wendel, M. L., et al. (Eds.). (2022). *Health Promotion Planning: An Educational and Ecological Approach* (5th ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

## Sumber lain

<https://public.tableau.com/app/profile/laela.hajat/viz/JawaBaratprevalensi/Sheet1?publish=yes> (diakses pada 10, Juni, 2024.)