



**STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN KOMUNIKASI
DAN INFORMATIKA DALAM KAMPANYE NASIONAL
PENURUNAN PREVALENSI STUNTING**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Ahmad Mulyadi

14040117130065

**PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Ahmad Mulyadi

Nomor Induk Mahasiswa : 14040117130065

Tempat / Tanggal Lahir : Banjarbaru, 28 Agustus 1999

Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jalan Taruna Praja Raya No. 31, Banjarbaru

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah skripsi yang berjudul:

**“Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam
Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stunting”**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggungjawab.

Semarang, 28 Maret 2022
Pembuat Pernyataan,



Ahmad Mulyadi
NIM. 14040117130065

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi dan
Informatika dalam Kampanye Nasional Penurunan
Prevalensi Stunting

Nama Penyusun : Ahmad Mulyadi

NIM : 14040117130065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

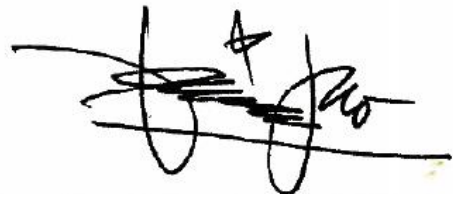
Semarang, 28 Maret 2022

Dekan



Dr. Drs Hardi Warsono, MTP
NIP. 1960482719990011001

Wakil Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 1969082211994031003

Dosen Pembimbing :

1. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si

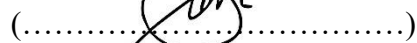

(.....)

2. Nurist Surayya Ulfa, S.Sos., M.Si

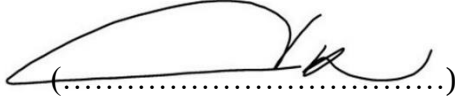

(.....)

Dosen Penguji :

1. Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.Si


(.....)

2. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si


(.....)

3. Nurist Surayya Ulfa, S.Sos., M.Si


(.....)

MOTTO

*“Keberhasilan bukan milik orang pintar.
Keberhasilan milik mereka yang terus
berusaha”*

– B.J Habibie

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, pengetahuan, dan pengalaman dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang dengan segala kebesaran, berkah, dan rahmat-Nya selama ini selalu memberikan segala hal yang penulis butuhkan. Sungguh, Allah memang Maha Pengasih Maha Penyayang serta Maha Pemberi Ilmu. Alhamdulillah rabbil alamin, atas izin Allah akhirnya penulis dapat sampai di tahap ini dan menyelesaikan kewajiban terakhir penulis dalam menimba ilmu di jenjang perkuliahan S1.
2. Nabi Muhammad SAW, yang atas segala karunia Allah menjadikan Rasulullah sebagai teladan umatnya untuk selalu menjadi pribadi yang lebih baik dengan ilmu. Penulis bersyukur karena melalui ajarannya kita semua menjadi terinspirasi untuk menjadi muslim yang baik dan berilmu.
3. Abah, Mama, Kak Devi, Kak Nurul, Kak Atu dan Khatim yang selalu mendoakan penulis, memberi cinta kasih dan dukungan penuh atas segala hal yang penulis lakukan selama 22 tahun ini. Penulis sangat bersyukur karena diberi Allah SWT keluarga yang selalu ada dan menjadi motivasi penulis dalam berkarya dan melakukan hal-hal baik dalam hidup. Semoga keluarga kita selalu diberi keberkahan, sehat, panjang umur, perlindungan, dan kebahagiaan oleh Allah SWT. Semoga setelah ini penulis dapat menjadi pribadi yang lebih bermanfaat, sukses, dan menjadi kebanggaan keluarga. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

4. Mas Agus Naryoso, Mas Much. Yulianto dan Mba Nurist Surayya Ulfa selaku dosen pembimbing yang saya kagumi karena selalu sabar dalam memberikan ilmunya, memberi saran, masukan, serta semangat kepada penulis. Berkat Mas Agus, Mas Yul dan Mba Nurist penulis mendapat banyak ilmu baru dan menikmati proses pengerjaan skripsi kualitatif ini sehingga Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan kewajiban terakhirnya yaitu skripsi. Semoga Mas Agus, Mas Yul dan Mba Nurist selalu sehat, terus menginspirasi, dilimpahkan berkah, dan kesuksesan oleh Allah SWT.
5. Mas Yanuar Luqman selaku dosen penguji penulis yang memberi penulis masukan yang bermanfaat, saran, kritik, dan ilmu baru sehingga penulis terpacu untuk dapat memberikan hasil yang terbaik dalam pengerjaan skripsi ini dan dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar. Semoga Mas Yanuar selalu diberi kesehatan, kebahagiaan, limpahan rahmat dan berkah juga oleh Allah SWT.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro yang selama kurang lebih empat tahun ini memberikan ilmunya dengan sabar, penuh gairah, dan inspiratif. Semoga kelak penulis dapat menebar kebermanfaatan dan kebaikan dari ilmu yang selama ini telah di dapat.
7. Mas Irawan, Mas Marolli, dan Mba Septa yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk magang di Direktorat Jenderal IKP Kementerian Kominfo serta bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini. Terima kasih atas ilmu-ilmu baru yang telah diberikan. Semoga penulis

dapat mengikuti jejak-jejak sukses Mas dan Mba ketika terjun di dunia kerja nanti.

8. Diriku Sendiri. Imuulll. Terima kasih sudah berjuang sampai ada di titik ini. Terus semangat dan jangan pernah menyerah. Terus berjuang hingga mimpi-mimpi itu tercapai, jadilah orang yang bermanfaat bagi keluarga dan orang lain. Mari buktikan kepada orang-orang yang meragukan kamu bahwa kamu mampu menjadi orang yang sukses kelak. Semoga kamu selalu sehat, dimudahkan rezekinya serta diberi kebahagiaan oleh Allah SWT.
9. Teman-teman *Planet Guardians*, Asti, Hanang, Mba Titis, Galih. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik, selalu menghibur dan suportif, sehingga kehidupan kuliah penulis menjadi lebih berwarna dan sangat berkesan. Semoga pertemanan kita tidak akan terputus dan kelak kita akan menjadi orang yang sukses dan berguna. Aamiinn
10. Teman-teman seperbimbingan saya Audrey, Mauren, Hafiz, Monica dan lainnya, terima kasih karena suportif dan memberi semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini.
11. Teman-teman HMD Ilmu Komunikasi 2019. Terima kasih untuk kesempatan berprosesnya.
12. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terimakasih karena mau menjadi teman yang baik dan suportif. Penulis sangat bersyukur bisa mengenal dan berteman dengan kalian.

ABSTRAKSI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stunting
Nama : Ahmad Mulyadi
NIM : 14040117130065
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Stunting bukanlah merupakan masalah kesehatan baru bagi Indonesia. Karena tingginya angka kasus, stunting dijadikan sebagai salah satu isu prioritas nasional. Stunting terjadi akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang di 1000 Hari Pertama Kehidupan (HPK). Salah satu penyebab tingginya angka prevalensi stunting di Indonesia adalah karena ketidaksadaran dan pengetahuan masyarakat yang memadai tentang stunting. Oleh karena itu, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika menyusun strategi komunikasi dalam kampanye nasional penurunan prevalensi stunting guna tercapainya target prevalensi stunting 14% di tahun 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi kampanye nasional penurunan prevalensi stunting yang dilakukan oleh Kemenkominfo. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi. Adapun konsep yang digunakan yakni konsep Perencanaan Kampanye PR oleh Anne Gregory, *Public Information Model* dari Grunig dan Hunt, dan *Multi Step Flow Communication Model* dari Paul Lazarsfeld.

Hasil penelitian didapat bahwa strategi komunikasi Kemenkominfo dalam kampanye stunting telah melalui tahapan yang sesuai dengan konsep perencanaan kampanye PR yakni mulai dari analisis masalah, menetapkan tujuan, publik, pesan, strategi dan taktik, skala waktu dan sumber daya, serta evaluasi dan tinjauan. Tujuan dari kampanye stunting ialah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait stunting. Untuk itu Kemenkominfo melakukan diseminasi informasi yang bersifat informatif, edukatif, dan persuasif melalui komunikasi multikanal (media massa, media luar ruang, media daring, media sosial, dan media tatap muka) dengan fokus menyasar kepada remaja putri dan ibu-ibu usia produktif. Kemenkominfo Pelaksanaan kampanye dilakukan di bawah koordinator Sub-direktorat Informasi dan Komunikasi Kesehatan dengan melibatkan pihak ketiga untuk mengeksekusi program. Evaluasi dilakukan untuk melihat capaian kampanye terkait jangkauan dan pemahaman masyarakat. Serta tinjauan dilakukan untuk mengidentifikasi perubahan strategis yang perlu dilakukan untuk kampanye tahun berikutnya.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Kampanye, Stunting, Perencanaan

ABSTRACT

Title : Communication Strategy of the Ministry of Communications and Informatics in the National Campaign to Reduce Stunting Prevalence

Name : Ahmad Mulyadi

Student Number : 14040117130065

Department : Communication Science

Stunting is not a new health problem for Indonesia. Due to the high number of cases, stunting is made as one of the national priority issues. Stunting occurs due to chronic malnutrition and repeated infections in the First 1000 Days of Life (HPK). One of the causes of the high prevalence of stunting in Indonesia is due to inadequate public awareness and knowledge about stunting. Therefore, the government through the Ministry of Communications and Informatics (Kemenkominfo) has developed a communication strategy in the national campaign to reduce stunting prevalence in order to achieve the stunting prevalence target of 14% in 2024.

This study aims to describe and analyze the communication strategy of the national campaign to reduce stunting prevalence carried out by Kemenkominfo. This study uses a qualitative descriptive approach with a case study method. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews, documentation, and observation. The concepts used are the PR Campaign Planning concept by Anne Gregory, the Public Information Model from Grunig and Hunt, and the Multi Step Flow Communication Model from Paul Lazarsfeld.

The results showed that the communication strategy of Kemenkominfo in the stunting campaign has gone through stages that are in accordance with the PR campaign planning concept, starting from problem analysis, setting goals, public, messages, strategies and tactics, time scale and resources, as well as evaluation and review. The purpose of the stunting campaign is to increase public awareness and understanding of stunting. For this reason, Kemenkominfo disseminates information that is informative, educative, and persuasive metood through multi-channel communication (mass media, outdoor media, online media, social media, and direct media) with a focus on targeting young women and mothers of productive age. The implementation of the campaign is carried out under the Sub-directorate of Health Information and Communication by involving third parties to execute the program. The evaluation was carried out to see the campaign's achievements related to the reach and understanding of the community. And lastly, Kekemkominfo also carried out to identify strategic changes that needed to be made for the implementation of the campaign in the following year.

Keywords: Communication Strategy, Campaign, Stunting, Planning

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan S1 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan mengenai masih tingginya angka prevalensi stunting di Indonesia. Salah satu penyebabnya yakni rendahnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat terkait stunting. Oleh karenanya, pemerintah melakukan berbagai upaya untuk menangani dan mencegah stunting, salah satunya dengan melakukan kampanye. Namun, melihat tren penurunan prevalensi hingga saat ini, masih dirasa perlu aksi-aksi komunikasi yang lebih masif dan sistematis, agar target prevalensi 14% yang digaungkan dapat tercapai. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi kampanye nasional penurunan prevalensi stunting ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian sejenis selanjutnya, serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas serta pihak-pihak terkait dengan penelitian khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika. Penulis menyadari masih terdapat cukup banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karenanya penulis sangat terbuka menerima kritik yang bersifat konstruktif serta saran demi kemajuan penelitian yang lebih baik kedepannya.

Semarang, 28 Maret 2022



Ahmad Mulyadi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitiann.....	10
1.4 Signifikansi Penelitian.....	10
1.4.1 Signifikansis Akademis	10
1.4.2 Signifikansi Praktis.....	10
1.4.3 Signifikansi Sosial	10
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1 <i>State of The Art</i>	11
1.5.2 Paradigma Penelitian	14
1.5.3 Komunikasi Pembangunan	15
1.5.4 Komunikasi Kesehatan	16
1.5.5 Humas Pemerintah	17
1.5.6 Strategi Komunikasi	18
1.5.7 Kampanye <i>Public Relations</i>	20
1.5.8 <i>Public Information Model</i>	206
1.5.9 <i>Multi Step Flow Communication Model</i>	207
1.6 Operasionalisasi Konsep	28
1.6.1 Strategi Komunikasi	28

1.6.2	Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stunting	28
1.7	Metodologi Penelitian	28
1.7.1	Tipe Penelitian.....	28
1.7.2	Situs Penelitian	29
1.7.3	Informan Penelitian	29
1.7.4	Jenis dan Sumber Data	30
1.7.5	Teknik Pengumpulan Data	30
1.7.6	Teknik Analisis Data	31
1.7.7	Keabsahan Data.....	32
BAB II KEMENTERIAN KOMINFO DALAM UPAYA PENANGANAN STUNTING DI INDONESIA.....		34
2.1	Stunting dan Masa Depan Indonesia	34
2.2	Kementerian Kominfo, Komunikasi Publik, dan Stunting.....	37
2.3	Gambaran Umum Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.....	41
BAB III TEMUAN PENELITIAN: STRATEGI KOMUNIKASI KAMPANYE NASIONAL PENURUNAN PREVALENSI STUNTING		44
3.1	Analisis	45
3.2	Tujuan	48
3.3	Publik	50
3.4	Pesan	52
3.5	Strategi	56
3.6	Taktik	57
3.7	Skala Waktu	70
3.8	Sumber Daya.....	71
3.9	Evaluasi	75
3.10	Review	76
BAB IV ANALISIS TENTANG STRATEGI KOMUNIKASI KAMPANYE NASIONAL PENURUNAN PREVALENSI STUNTING		78
4.1	Analisis	79
4.2	Tujuan	82
4.3	Publik	85
4.4	Pesan	87
4.5	Strategi dan Taktik	91
4.6	Skala Waktu	94
4.7	Sumber Daya.....	95

4.8	Evaluasi dan <i>Review</i>	97
4.9	Analisis Teoritis pada Kampanye Nasional Stunting.....	978
BAB V		103
PENUTUP		103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Kelemahan Penelitian.....	106
5.3	Implikasi Penelitian.....	107
5.3.1	Implikasi Teoritis	107
5.3.2	Implikasi Praktis.....	107
5.3.3	Implikasi Sosial	108
5.4	Saran	108
5.4.1	Bagi Pelaksana Kegiatan Kampanye Stunting: Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	108
5.4.2	Bagi Penelitian Selanjutnya.....	110
Daftar Pustaka		110
LAMPIRAN.....		114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prevalensi Status Gizi Balita Nasional 2019-2021	2
Gambar 1.2 Prevalensi Balita Stunting Berdasarkan Provinsi, SSGI 2021	3
Gambar 1.3 Beranda Website Genbest.id	8
Gambar 1.4 Forum Sosialisasi Genbest	8
Gambar 1.5 10 Tahap Perencanaan Kampanye PR	21
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika	38
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Direktorat Informasi dan Komunikasi PMK	43
Gambar 3.1 Billboard Stunting di Nusa Tenggara Timur.....	59
Gambar 3.2 Forum Tatap Muka Kepoin Genbest.....	60
Gambar 3.3 Grup Whatsapp Komunitas Genbest	61
Gambar 3.4 Kanal Youtube Genbestid	63
Gambar 3.5 Instagram @genbestid.....	64
Gambar 3.6 Facebook Generasi Bersih dan Sehat	64
Gambar 3.7 Twitter @genbestid	65
Gambar 3.8 Website genbest.id	66
Gambar 3.9 Video Konten Tanya Ahli	67
Gambar 3.10 Konten Key Opinion Leader Tasya Kamila.....	68
Gambar 3.11 Live Diskusi #SadarStunting di Instagram	68
Gambar 3.12 Aplikasi Android Anak Sehat	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Target Capaian Kinerja Kampanye Stunting tahun 2021	49
Tabel 3.2 Timeline Kegiatan Kampanye Stunting tahun 2021	70
Tabel 3.3 Realisasi Capaian Kinerja Kampanye Stunting tahun 2021	76

DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara	114
Transkrip Wawancara	118
Reduksi Temuan Penelitian.....	160
Dokumentasi Wawancara.....	176
Surat Keterangan Penelitian.....	178