

BAB I

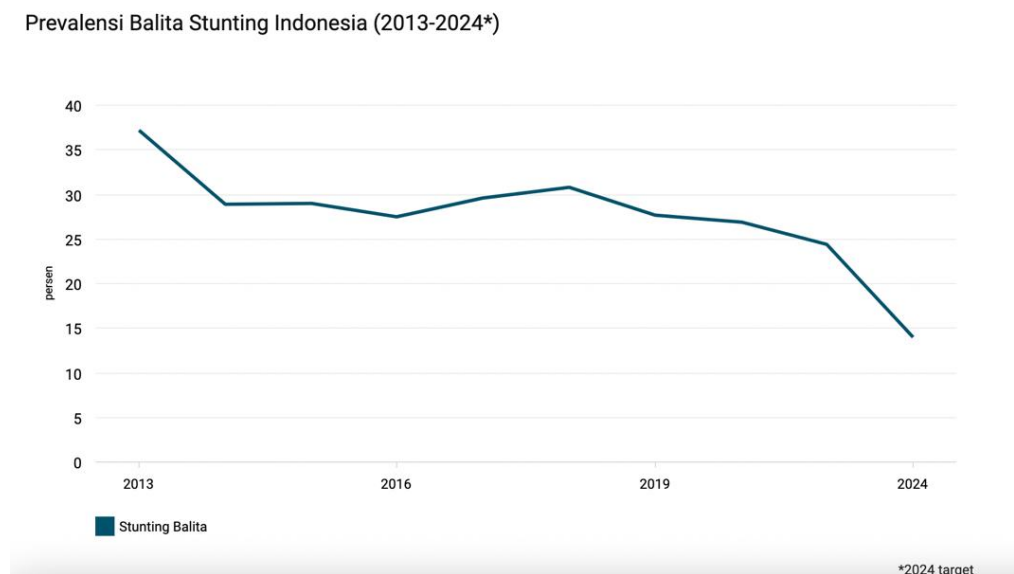
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tumbuh kembang anak menjadi perhatian setiap orang tua. Ketika anak baru saja lahir, maka orang tua khususnya sang ibu harus memperhatikan bagaimana perkembangan kondisi fisik dan mental anak. Harapannya, anak-anak dapat terhindar dari penyakit yang tidak diinginkan dan memiliki kondisi fisik dan psikis yang sehat. Di Indonesia terdapat program untuk mencatat tumbuh kembang anak yang berlangsung selama 72 bulan atau 6 tahun. Hal tersebut dituangkan dalam Permenkes Nomor 66 Tahun 2014 tentang Pemantauan Pertumbuhan, Perkembangan, dan Gangguan Tumbuh Kembang Anak. Tujuannya adalah untuk memantau apakah anak tersebut sehat sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Kemenkes dan mendapatkan gizi yang baik, atau apakah anak tersebut menderita suatu penyakit atau kelainan baik secara fisik dan secara psikis. Program ini hadir di setiap Puskesmas dan Posyandu yang ada di masing-masing daerah.

Per tahun 2021, terdapat berbagai macam masalah kesehatan yang dapat dialami oleh Balita seperti balita pendek, gizi kurang, kurus, dan kelebihan berat badan (Katadata, 2022). Salah satu masalah kesehatan yang dialami oleh Balita secara global adalah stunting. Menurut *World Health Organization* (WHO), stunting merupakan gangguan perkembangan pada anak yang disebabkan oleh gizi buruk, infeksi yang berulang, dan stimulasi psikososial yang tidak memadai. Cara yang digunakan sebagai standar untuk mengukur stunting adalah dengan

menggunakan indeks tinggi atau panjang badan menurut umur. Ambang batas prevalensi stunting yang ditetapkan oleh WHO adalah sebanyak 20 persen. Secara global, terdapat 149.2 juta Balita atau sebanyak 22 persen anak dibawah 6 tahun terkena stunting (WHO, 2021). Sementara data di Indonesia menurut Kemenkes per tahun 2021, sebanyak 24 persen balita menderita stunting dengan perbandingan sebanyak 1 banding 3 balita di Indonesia mengalami stunting.



Gambar 1. 1 Tren prevalensi stunting di Indonesia pada tahun 2013 – 2024

Berdasarkan data yang diberikan oleh Kementerian Kesehatan pada tahun 2018, kesadaran masyarakat mengenai kasus stunting pada anak masih sangat rendah. Masyarakat belum dapat memahami secara sepenuhnya mengenai pengertian stunting, bagaimana cara pencegahan stunting, dan memperbaiki gizi pada anak yang telah mengalami stunting. Seperti yang diungkapkan oleh Nila Farid pada tahun 2018 saat menjabat sebagai Menteri Kesehatan RI, “ketika terdapat anak yang memiliki badan kerdil dari standar usianya, terdapat orang tua

yang beranggapan bahwa hal tersebut merupakan faktor genetik yang diturunkan dari orang tua”. Selain itu, berdasarkan survey yang dilakukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) pada tahun 2022, sebanyak 70 persen kasus stunting yang terjadi di Indonesia berasal dari kurangnya pemahaman tentang gizi seimbang, kurangnya akses air bersih dan sanitasi, serta imunisasi. Sedangkan 30 persen lainnya berasal dari ibu hamil yang terkena anemia. Menurut Ketua BKKBN Hasto Wardoyo, masyarakat harus diberikan pengertian mengenai apa itu stunting secara mendalam, bagaimana cara pencegahan stunting, hingga menjelaskan hal-hal lainnya yang bersifat teknis.

Bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai pencegahan stunting kepada masyarakat secara masif, terdapat kegiatan pemasaran sosial pencegahan stunting yang dilakukan di Indonesia. Pemasaran sosial adalah penerapan konsep pemasaran (*marketing*) yang sistematis untuk mencapai tujuan perilaku tertentu dan bermanfaat bagi masyarakat (Eagle, 2013). Fokus dari kegiatan pemasaran sosial adalah adanya perubahan perilaku, tidak hanya sekedar berisi pesan yang ‘menjual’ atau ‘mengajak’. Terdapat bentuk pemasaran sosial yang berkaitan dengan dunia kesehatan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dan mengurangi permasalahan kesehatan di masyarakat.

Kegiatan pemasaran sosial yang dilakukan tidak terbatas pada pemerintah pusat saja, namun dibantu oleh pemerintah dari masing-masing daerah di Indonesia maupun pihak swasta sebagai bentuk dukungan penurunan prevalensi stunting di Indonesia (Kemkominfo, 2019). Menurut Bambang Widiyanto selaku Deputi Bidang Pembangunan Manusia dan Pemerataan Pembangunan Kantor Wakil

Presiden Republik Indonesia, faktor-faktor yang menjadi latar belakang dilaksanakannya kegiatan pemasaran sosial pencegahan stunting selain karena tingkat prevalensi stunting di Indonesia sudah melebihi ambang batas yang ditentukan oleh WHO, juga karena pemahaman masyarakat mengenai stunting masih rendah. Sampai saat ini masih terdapat orang tua yang belum memahami pentingnya pemberian gizi yang cukup dan seimbang kepada anaknya sebagai salah satu upaya pencegahan stunting pada anak (Kemkominfo, 2019).

Kementerian Kesehatan melalui website sehatnegeriku.kemendes.go.id menyebarkan pesan pemasaran sosial yang berisi informasi mengenai pengertian stunting dan cara pencegahannya. Tujuan dari pesan pemasaran sosial tersebut selain mengenalkan masyarakat mengenai perilaku yang dapat dilakukan untuk mencegah stunting, juga memberikan penjelasan secara rinci dan deskripsi dari stunting sehingga masyarakat tidak hanya menerapkan perilaku yang tertulis dalam infografis tersebut, tetapi juga mengerti secara menyeluruh mengenai apa yang dimaksud dengan stunting.

Cegah Stunting dengan Perbaikan Pola Makan, Pola Asuh dan Sanitasi

Rokom by Rokom — 08 April 2018 · Reading Time: 3 mins read

1



Gambar 1. 2 (Sumber: Kemenkes.go.id)

Aktivitas pemasaran sosial pencegahan stunting juga dilakukan oleh pemerintah daerah sebagai dukungan program pemerintah pusat untuk menurunkan angka prevalensi stunting. Salah satu pemasaran sosial yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tegal adalah penyebaran infografis melalui akun Instagram @dinkeskotategal. Infografis tersebut telah ditonton sebanyak 160 kali sejak diunggah. Dalam infografis yang tertera, dijelaskan mengenai 3 (tiga) tips pencegahan stunting yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Media Instagram dipilih dengan tujuan agar mendapat cakupan audiens yang lebih besar. Ketika menggunakan media sosial, maka infografis tersebut lebih mudah diakses kembali oleh masyarakat dan dibaca dengan lebih teliti yang nantinya akan menerapkan perilaku pencegahan stunting seperti yang disebutkan dalam unggahan tersebut.



Gambar 1. 3 (Sumber: Instagram @dinkeskotategal)

Kegiatan pemasaran sosial lainnya adalah dengan melaksanakan sosialisasi mengenai pemberian telur bebek dan susu kepada anak sebagai sumber protein. Tujuannya adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada orang tua untuk memberikan gizi yang seimbang kepada sang anak. Pemberian gizi tersebut tidak selalu berasal dari sumber protein yang mahal, namun dapat memberikan sumber protein yang terjangkau dan mudah didapat di sekitar masyarakat.

Sabtu 20 November 2021, 09:22 WIB

Kampanye Cegah Stunting di Tegal Dengan Makan Telur Bebek

Supardji Rasban | Nusantara



Dok Yayasan Salkila Kerti

Isteri Wali Kota Tegal, Roro Kusnabella Erfa (kaos kuning) ikut menyuapi anak makan telur bebek.

Gambar 1. 4 (Sumber: mediaindonesia.com)

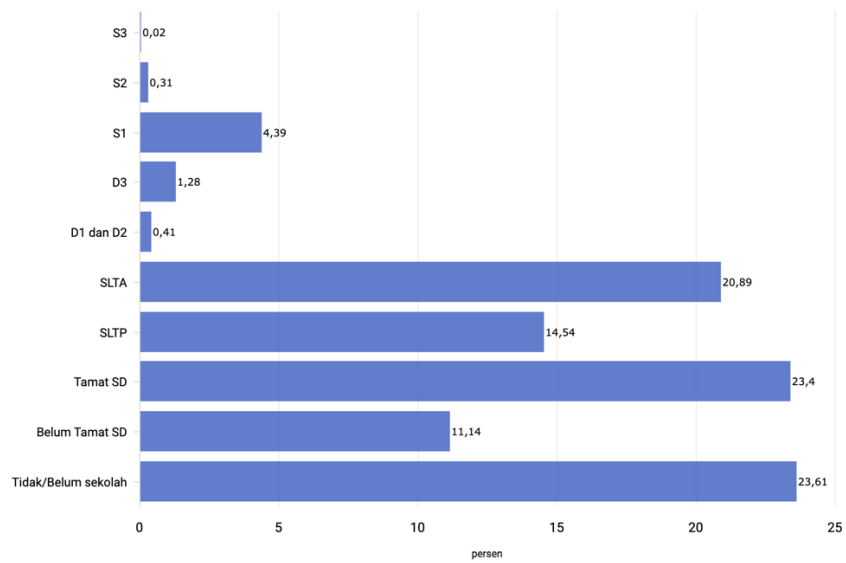
Wakil Walikota Tegal membuka acara festival rumah gizi yang diadakan di Kota Tegal dalam rangka Hari Gizi Nasional. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memberikan pemahaman mengenai stunting kepada masyarakat secara luas oleh para ahli kesehatan. Kegiatan tersebut dihadiri oleh masyarakat di Kota Tegal yang memiliki anak usia dibawah 6 (tahun). Bentuk kegiatan yang terselenggara adalah pemberian makanan tambahan bagi balita serta ibu hamil dan menyusui, cara pengolahan makanan bergizi, pemberian konseling ASI dan Gizi, pemberian Edukasi Gizi, penyuluhan mengenai perawatan kebun atau ternak gizi, program sanitasi serta perilaku hidup bersih dan sehat, serta pelibatan tokoh masyarakat dalam mencegah stunting.

M. Jumadi : Sinergi dan Kolaborasi Antar Pihak Kunci
Sukses Perangi “Stunting” dan Gizi Buruk di Kota Tegal



Gambar 1. 5 (Sumber: wartabahari.com)

Pendidikan memiliki peran penting terhadap tingkat pengetahuan seseorang. Terdapat kategori pendidikan formal dan informal. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan memiliki jenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi (Anwas, 2012). Tingkat pendidikan formal yang ditempuh oleh seseorang berpengaruh terhadap kompetensi individu tersebut. Walaupun pendidikan sangat penting bagi kualitas Sumber Daya Manusia dalam menangkap ilmu pengetahuan, hanya 6 persen dari seluruh masyarakat Indonesia yang mengenyam pendidikan tinggi (BPS, 2022). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Programme for International Students Assessment (PISA) pada tahun 2018, kualitas pendidikan di Indonesia menempati posisi 10 terbawah dari 78 negara yang berpartisipasi dalam survey tersebut.



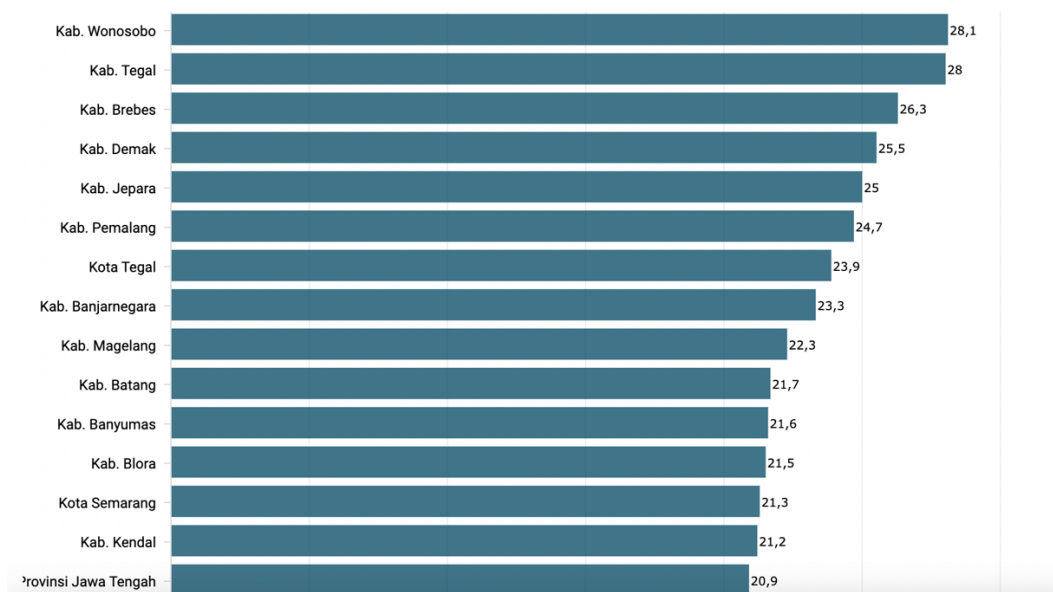
Gambar 1. 6 (Sumber databoks.com)

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam Program Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*). Untuk mendukung program tersebut, pemerintah Indonesia membuat kebijakan Merdeka Belajar bagi para pelajar dan mahasiswa di Indonesia supaya dapat terjamin kualitas pendidikannya. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia (Bappenas, 2023).

Terdapat program wajib belajar di Indonesia selama 12 tahun. Hal tersebut diungkapkan oleh Wakil Ketua Komisi X DPR RI, Dede Yusuf, tujuannya adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia dan mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Harapannya dari program tersebut, lebih banyak masyarakat Indonesia yang menempuh pendidikan formal dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia (DPR RI, 2023).

Kota Tegal merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Tengah. Menurut katadata per tahun 2022, tingkat prevalensi Balita stunting di Kota Tegal berada diatas tingkat rata-rata prevalensi Balita stunting di Jawa Tengah dan berada di posisi ketujuh jika dibandingkan dengan Kota/Kabupaten lainnya. Pemerintah Kota Tegal memiliki satu program yaitu target penurunan prevalensi stunting Kota Tegal sebanyak 4,55 persen di tahun 2024 sebagai upaya mendukung pemerintah pusat dalam penurunan angka stunting pada Balita (Bappeda Kota Tegal, 2022). Di Kecamatan Tegal Timur dan Kecamatan Tegal Selatan, angka stunting pada Balita mengalami peningkatan. Penelitian ini akan mengerucut pada kasus stunting di Kota Tegal yang memiliki jumlah stunting yang tinggi dengan tingkat prevalensi stunting sebesar 23,9 persen atau sekitar 2.155 balita mengalami kondisi stunting dari jumlah keseluruhan jumlah Balita ditimbang yaitu sebanyak 9.008 Balita (Tegal, 2022).

Prevalensi Balita Stunting di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah (2021)



Gambar 1. 7 (Sumber: databoks.com)

Tingkat prevalensi stunting secara nasional mengalami penurunan, namun hal tersebut tidak terjadi di Kota Tegal. Tingkat prevalensi stunting di Kota Tegal selama 3 (tiga) tahun terakhir mengalami kenaikan (BPS, 2022). Hal ini menjadi perhatian bagi pemerintah daerah untuk menurunkan tingkat prevalensi stunting di Kota Tegal.

Tahun	Tingkat Prevalensi
2020	17,4 %
2021	20 %
2022	23,9 %



Tabel 1. 1 (Tingkat prevalensi stunting di Kota Tegal tahun 2020 - 2022)

Pemahaman masyarakat mengenai stunting di Indonesia masih sangat rendah. Hal tersebut diungkapkan oleh Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), Hasto Wardoyo, bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang belum dapat memahami stunting secara sepenuhnya bahkan kepala daerah pun masih belum mengerti secara rinci apa saja yang harus dilakukan pada kasus stunting. Berdasarkan fakta yang telah disebutkan oleh Kepala BKKBN, terbukti di lingkungan masyarakat terdapat adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap kasus stunting yang dapat terjadi pada anak.

Terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mencegah stunting pada anak menurut Kementerian Kesehatan Indonesia yaitu dengan; (1) memenuhi kebutuhan gizi saat hamil, (2) memberi ASI eksklusif, (3) memberi gizi yang cukup selama 72 bulan, dan (4) memantau tumbuh kembang anak, dan (5) menjaga kebersihan lingkungan.

Menurut Kementerian Kesehatan, terdapat berbagai upaya untuk mencegah stunting pada anak. Pertama adalah menjaga pola makan dengan memperhatikan gizi seimbang yang dikonsumsi. Gizi seimbang adalah suatu kondisi dimana dalam satu piring mencakup keseluruhan kebutuhan nutrisi manusia, yaitu karbohidrat, protein, vitamin, mineral, dan lemak. Hal tersebut dapat dicapai melalui pemberian sayur-sayuran, protein nabati dan hewani, serta karbohidrat. Kedua adalah pola asuh anak yang dilakukan oleh orang tua. Pola asuh termasuk pada pemahaman orang tua dan pemberian gizi yang seimbang pada anak. Orang tua harus memiliki edukasi yang baik mengenai pengetahuan dasar akan dunia kesehatan, terutama stunting. Kebiasaan dalam memberi porsi makan pada anak juga termasuk kedalam pola asuh orang tua. Ketiga adalah sanitasi dan air bersih. Akses air bersih sangat dibutuhkan bagi setiap individu untuk dikonsumsi. Selain itu, orang tua juga harus memperhatikan kebersihan yang ada pada diri sang anak dan lingkungannya. Pastikan makanan yang dikonsumsi tidak tercemar bakteri dan virus, serta anak juga rutin melakukan pembersihan diri setiap hari. Upaya-upaya tersebut jika dilakukan secara rutin baik oleh orang tua dan sang anak maka akan membentuk perilaku pencegahan stunting yang maksimal dan sang anak akan terhindar dari resiko stunting yang dapat terjadi.

1.2. Rumusan Masalah

Tingkat prevalensi stunting di Indonesia secara nasional mengalami penurunan sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh Presiden Republik Indonesia (Kemenkes, 2023). Pemerintah Indonesia berhasil menurunkan tingkat

prevalensi stunting yang sebelumnya berada di angka 24,4 persen pada tahun 2021 menjadi 21,6 persen di tahun 2022 (BKKBN, 2023). Selain itu Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, mengungkapkan target prevalensi stunting secara nasional berada di angka 14 persen di tahun 2024 mengingat standar prevalensi stunting menurut WHO berada dibawah 20 persen. Kementerian Kesehatan beserta jajarannya melihat adanya peluang untuk mencapai angka tersebut melihat tingkat prevalensi stunting secara nasional mengalami penurunan yang konsisten dalam 3 (tiga) tahun terakhir (Kemenkes, 2023).

Namun, tingkat prevalensi stunting di Kota Tegal mengalami peningkatan pada 3 (tiga) tahun terakhir (2020 hingga 2022) (BPS, 2022). Pada tahun 2022 tingkat prevalensi stunting di Kota Tegal mencapai angka 23,9 persen yang melebihi ambang batas tingkat prevalensi stunting secara global (databoks, 2022). Hal tersebut menjadi perhatian khusus bagi pemerintah daerah Kota Tegal. Upaya pencegahan stunting seperti penyebaran informasi dan kegiatan pemasaran sosial mengenai pencegahan stunting, penyuluhan kepada warga untuk pencegahan stunting, pemberian vitamin oleh Puskesmas dan Posyandu, bahkan dukungan dari Pemerintah Kota beserta anggota DPR RI dan DPRD Kota Tegal sudah dilakukan (Bappeda Kota Tegal, 2022). Namun, masih terdapat masyarakat yang belum peduli dengan tumbuh kembang anaknya. Pemberian gizi yang cukup tidak menjadi fokus utama orang tua dalam menjaga kesehatan anak. Sebagian orang tua berpendapat memberi makan saja sudah cukup bagi anak-anak tanpa memperhatikan kandungan gizi didalamnya. Seharusnya, anak-anak khususnya Balita harus memiliki gizi yang cukup dan seimbang agar terhindar dari berbagai

penyakit dan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat masyarakat yang belum memahami upaya pencegahan stunting secara sepenuhnya.

Meskipun tingkat prevalensi stunting secara nasional mengalami penurunan, tetapi lain halnya dalam kasus stunting di Kota Tegal yang mengalami peningkatan. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pemrosesan informasi individu. Ketika seseorang memiliki tingkat pendidikan yang memadai, maka akan lebih mudah untuk menerima informasi mengenai pencegahan stunting dan berakhir pada perilaku pencegahan stunting. Namun, pendidikan di Indonesia masih tergolong rendah. Sehingga, orang tua akan lebih sulit untuk memahami apa itu stunting dan bagaimana cara pencegahannya. Beranjak dari masalah tersebut, maka rumusan masalah yang diperoleh adalah “apakah terdapat pengaruh antara terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting dan tingkat pendidikan masyarakat dengan perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting dan tingkat pendidikan masyarakat dengan perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Akademis/Teoritis

Secara akademis maupun teoritis, penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat menguji *Integrated Theory of Health Behavior Change* dan Teori Kategorisasi Sosial yang digunakan. Selain itu, penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan akademis didalam lingkup materi Ilmu Komunikasi yang sesuai.

1.4.2. Praktis

Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam upaya pemecahan masalah mengenai perilaku pencegahan stunting yang dilakukan oleh masyarakat yaitu melalui variabel terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting dan tingkat pendidikan masyarakat.

1.4.3. Sosial

Penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat memiliki manfaat bagi masyarakat secara luas untuk meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai pencegahan stunting khususnya pada daerah yang diteliti.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. State of The Art

Beberapa penelitian digunakan sebagai pedoman dalam penelitian. Penelitian pertama berjudul *Designing Marketing Content for Social Commerce to*

Drive Consumer Purchase Behaviors: A Perspective From Speech Act Theory yang dilakukan oleh Fei Wang, Haifeng Xu, dkk. pada tahun 2023. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan total 3.000 unggahan yang dijadikan tolak ukur penelitian. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara pesan pemasaran sosial dengan perilaku pembelian produk dari JD.com sebesar $\beta = 9.63$, $p < 0.01$. Dalam penelitian tersebut, pemilihan kata dan bentuk linguistik dari pemasaran sosial yang dilakukan memberikan pengaruh yang lebih besar pada perilaku pembelian produk JD.com. Penelitian yang telah dilakukan dapat memberi implikasi bagi pembuat konten. Selain itu, pesan informasi dapat dibuat semenarik mungkin supaya mencakup lingkup audiens yang lebih besar dan berakhir pada perilaku konsumsi dari suatu produk. Pembuat konten dapat memperhatikan keinginan dari konsumen supaya mengarah kepada keputusan pembelian.

Penelitian kedua berjudul *Longitudinal Associations Between US Youth Exposure to E-cigarette Marketing and E-cigarette Use Harm Perception and Behavior Change* dilakukan oleh Cassandra A., Keryn E., dkk. pada tahun 2022. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 9.405 responden. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sebanyak 60.8 persen responden pernah terpapar oleh kegiatan pemasaran sosial mengenai penggunaan rokok elektrik. Sebanyak 50.3 persen responden paling banyak terpapar informasi mengenai rokok elektrik ketika berbelanja di toko retail, diikuti sebanyak 22.2 persen dari televisi, 20.2 persen dari media sosial, 18.9 persen dari papan reklame, 14.8 persen dari koran/majalah, dan kurang dari 10 persen terpapar

dari radio, suatu kegiatan, dan klub. Untuk penggunaan rokok, sebanyak 21.2 persen responden pernah mengonsumsi tobako sebelumnya. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah sebanyak 61 persen responden telah terpapar pesan pemasaran sosial mengenai penggunaan rokok elektrik dan pernah mengonsumsi tobako sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut, responden yang pernah melihat kegiatan pemasaran sosial mengenai rokok elektrik telah memahami bahaya dan meninggalkan rokok elektrik dalam kehidupan sehari-hari. Media penyebaran informasi pemasaran sosial yang sering digunakan adalah toko retail, televisi, dan media sosial. Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh dari kegiatan pemasaran sosial rokok elektrik dari media penyebaran informasi, seperti toko retail, televisi, dan media sosial, sangat efektif dalam menyebarkan kampanye pencegahan penggunaan rokok elektrik di kalangan remaja.

Penelitian ketiga berjudul *Social Media Marketing in Hospitality Industry and Its Effect on Consumer Behavior in Kosovo* oleh Marigona Qenaj dan Gonxhe Beqiri pada tahun 2022. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan 120 responden. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa iklan yang diunggah dalam media sosial berpengaruh sebesar $\beta=0.30$, $p=0.001$, $p<0.05$. Hal tersebut memberikan pengaruh paling besar bagi iklan terhadap perilaku konsumen dalam memilih hotel untuk ditinggali di Kosovo. Kegiatan pemasaran media sosial memiliki peran penting bagi industri penginapan untuk berinteraksi dengan konsumen dan mencari loyalitas pada konsumen. Hubungan antara tingkat minat beli konsumen dan periklanan melalui media sosial memiliki signifikansi yang tinggi.

Selain itu, penilaian dalam platform daring memberikan peluang yang lebih besar bagi perusahaan untuk menarik lebih banyak konsumen.

Penelitian keempat berjudul *The Effect of Educaiton on Health Behaviors: Evidence From The College Enrollment Expansion in China* dilakukan oleh Hongqiao Fu, Run Ge, dkk. pada tahun 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan total 14.021 responden. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran untuk menjaga kesehatan yang sangat tinggi. Hal tersebut juga akan mempengaruhi kesehatan tubuh individu seperti berkurangnya tingkat obesitas, meningkatnya daya ingat, dan dapat menghasilkan tubuh yang sehat. Selain itu, responden dengan tingkat pendidikan yang tinggi tidak memiliki keinginan untuk merokok dan lebih memilih untuk menerapkan pola hidup sehat. Sebanyak 2.52 persen dari total responden memilih pendidikan yang lebih tinggi dan persentase meningkatnya daya ingat mencapai 6.83 persen. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh oleh individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesehatan dan kebiasaan menerapkan pola hidup sehat. Pendidikan memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan atas suatu tindakan yang dilakukan oleh individu.

Penelitian selanjutnya berjudul *Does Better Education Mitigate Risky Health Behavior? A Mendelian Randomization Study* dilakukan oleh Jutta Viinikainen, Alex Bryson, dkk. pada tahun 2022. Metode penelitian yang

digunakan adalah metode kuantitatif dengan 3.596 responden yang merupakan mahasiswa universitas. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 55.7 persen responden memiliki orang tua yang menempuh pendidikan tinggi. Pendidikan yang telah ditempuh orang tua sangat berpengaruh pada pola asuh anak dalam rumah tangga. Perilaku kesehatan menunjukkan bahwa orang tua yang berpendidikan tinggi lebih memperhatikan kesehatan anggota keluarganya, tidak merokok, tidak mengonsumsi alkohol, dan memilih untuk mengonsumsi buah dan sayur.

Berbagai penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya akan membantu penulis dalam melakukan penelitian. Persamaan yang ada dalam penelitian-penelitian tersebut adalah menjelaskan mengenai ketiga variabel, yaitu variabel independen terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting dan tingkat pendidikan masyarakat, serta variabel dependen perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting. Selain itu, model penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode kuantitatif yang menggunakan sampel responden dan diolah menggunakan aplikasi SPSS.

1.5.2. Paradigma

Paradigma merupakan suatu keyakinan yang dipilih oleh peneliti dalam suatu disiplin ilmu guna mengetahui apa yang harus diteliti, bagaimana penelitian dapat dilakukan, dan bagaimana hasil dari penelitian tersebut diinterpretasikan (Bell, 2019). Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan asumsi bahwa suatu fenomena memiliki hubungan yang saling berhubungan (sebab-akibat)

dan dapat diteliti dengan observasi untuk mendapatkan hasil yang bersifat objektif (Sekaran, 2013). Paradigma positivisme digunakan dalam penelitian ini karena melalui asumsi bahwa kebenaran objektif dapat dicapai. Peneliti berusaha bersikap objektif dan melakukan penelitian sesuai dengan konsep yang terdapat pada teori. Selanjutnya yang akan diteliti yaitu apakah variabel sebab terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting (X1) dan tingkat pendidikan masyarakat (X2) berpengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting (Y) sebagai variabel akibat. Dalam usaha untuk mencapai hasil yang objektif, penelitian ini menggunakan angket berupa kuisioner dalam upaya mendapatkan data yang sesuai dengan keberadaan di lapangan.

1.5.3. Terpaan Pemasaran Sosial Pencegahan Stunting

Terpaan adalah indikator pengukuran mengenai seberapa banyak masyarakat menerima informasi dari berbagai media komunikasi (Belch, 2018).

Pesan (informasi) pemasaran sosial mengenai pencegahan stunting disebar melalui berbagai media komunikasi, seperti sosial media (Instagram dan Youtube), dan media massa tradisional (koran, radio, brosur, dan banner). Dalam penyusunan pesan pemasaran sosial, pemilihan framing sangat penting. Pesan yang dibuat dapat memberikan pengertian mengenai keuntungan dari suatu kegiatan, maupun kerugian yang akan dialami dari suatu tindakan. Terdapat 2 (dua) jenis framing pesan dalam kegiatan pemasaran sosial, yaitu framing positif dan framing negatif. Dalam framing positif, pesan dibuat untuk menjelaskan keuntungan dari suatu tindakan. Misalnya, ketika individu rutin olahraga akan mendapatkan tubuh yang

sehat. Sedangkan framing negatif menjelaskan kerugian yang akan didapat dari suatu tindakan. Misalnya, ketika menerapkan pola hidup tidak sehat maka akan terjangkit berbagai macam penyakit.

Kegiatan pemasaran sosial pencegahan stunting berisi pesan mengenai:

- i. Pengertian stunting, bertujuan untuk memberikan pemahaman secara penuh kepada target audiens mengenai stunting.
- ii. Ciri-ciri stunting yang terjadi pada anak, bertujuan supaya masyarakat dapat melihat apa saja ciri-ciri ketika terjadi stunting pada anak.
- iii. Cara pencegahan stunting pada anak, bertujuan agar masyarakat dapat melakukan perilaku pencegahan stunting sejak dini.
- iv. Penerapan hidup bersih dan sehat dalam keluarga, bertujuan agar masyarakat selalu menerapkan hidup bersih dan sehat sehingga terhindar dari berbagai penyakit.

Menurut (Goldman, 2020) untuk mengukur terpaan, digunakan indikator penerimaan pengetahuan, yaitu pengukuran dengan melihat pengetahuan responden yang didapat dari kampanye pencegahan stunting.

Penerimaan pengetahuan (*knowledge gain*) berkaitan dengan tingkat pengetahuan responden mengenai pesan pencegahan stunting yang disebar melalui kegiatan pemasaran sosial. Terdapat tiga kategori tingkat pengetahuan (Wawan, 2011), yaitu sebagai berikut:

- Apabila responden mampu menjawab 76-100 persen dari total pertanyaan dengan benar, maka pengetahuan dapat dikatakan baik.

- Apabila responden mampu menjawab 56-75 persen total pertanyaan dengan benar, maka pengetahuan dapat dikatakan cukup.
- Apabila responden mampu menjawab <56 persen total pertanyaan dengan benar, maka pengetahuan dapat dikatakan kurang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka definisi dari terpaan kampanye pencegahan stunting adalah indikator pengukuran mengenai seberapa banyak masyarakat memperoleh pengetahuan mengenai kampanye pencegahan stunting dari berbagai media komunikasi.

1.5.4. Tingkat Pendidikan Masyarakat

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan formal yang telah ditempuh oleh individu. Terdapat karakteristik pendidikan formal yaitu, 1) pendidikan dilakukan secara khusus dan dibagi atas jenjang yang memiliki hubungan hierarkis dan 2) peserta didik memiliki usia yang cenderung homogen di dalam tingkat pendidikan yang sama (Hasbullah, 2017: 39). Berdasarkan kategorisasi oleh Kementerian Pendidikan, tingkatan pendidikan formal adalah sebagai berikut:

- i. Sekolah Dasar, termasuk Madrasah Ibtidaiyah dan sederajat.
- ii. Sekolah Menengah Pertama, termasuk Madrasah Tsanawiyah, SMP Kejuruan dan sederajat.
- iii. Sekolah Menengah Atas, termasuk Madrasah Aliyah, SMA Kejuruan, dan sederajat.
- iv. Diploma

- v. Strata 1 (S1)
- vi. Strata 2 (S2)
- vii. Strata 3 (S3)

1.5.5. Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Pencegahan Stunting

Perilaku adalah suatu respon atau reaksi individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya (Irwan, 2017). Perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor dan cenderung akan selalu mengalami perubahan (Hagger, 2020). Perilaku pencegahan stunting adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam upaya untuk mencegah terkena stunting.

Dilansir dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, perilaku yang dapat dilakukan oleh masyarakat sebagai upaya pencegahan stunting adalah sebagai berikut:

- i. Memberikan ASI eksklusif selama 6 (enam) bulan.
- ii. Rutin mengonsumsi buah-buahan.
- iii. Rutin mengonsumsi sayuran.
- iv. Rutin mengonsumsi protein nabati dan hewani.
- v. Rutin mengonsumsi susu.
- vi. Mengonsumsi vitamin sebagai penunjang gizi.
- vii. Tidak mengonsumsi makanan instan atau makanan cepat saji.
- viii. Rutin melakukan pemeriksaan di Posyandu ketika anak berumur <6 tahun.
- ix. Mencuci tangan sebelum dan setelah makan.

- x. Selalu membersihkan diri setelah berpergian.

1.5.6. Pengaruh Terpaan Pemasaran Sosial Pencegahan Stunting Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Pencegahan Stunting

Integrated Theory of Health Behavior Change (ITHBC). Teori tersebut menjelaskan bahwa perubahan perilaku terjadi ketika adanya stimulus pendukung terhadap pengetahuan dan kepercayaan mengenai kesehatan, yang meningkatkan keahlian dan kemampuan seseorang dalam menjaga kesehatannya (Ryan, 2009). Stimulus tersebut salah satunya dapat berupa pesan-pesan yang berisi informasi mengenai dunia kesehatan yang disebarkan melalui berbagai media.

Melalui pesan yang diberikan dalam kegiatan pemasaran sosial, akan terjadi peningkatan pengetahuan pada audiens mengenai informasi yang telah dipaparkan (Walsh, 2022). Struktur dari pesan pemasaran sosial kesehatan terdiri dari: 1) pesan kesehatan yang akan disampaikan, 2) menjelaskan keuntungan dan hambatan dari suatu masalah kesehatan, dan 3) perubahan perilaku yang diharapkan beserta keuntungannya bagi masyarakat. Berdasarkan struktur tersebut, audiens akan lebih mudah untuk memahami pesan pemasaran sosial dan terjadi peningkatan pengetahuan mengenai permasalahan kesehatan yang disampaikan.

Hal tersebut dibuktikan pada penelitian sebelumnya oleh Christine Domegan (Domegan, 2021) yang berjudul *Social Marketing and Behavioural Change in A Systems Setting* mengungkapkan bahwa pesan pemasaran sosial telah digunakan dalam 50 tahun terakhir dan berhasil mengubah perilaku kesehatan yang ada di masyarakat.

Dalam penelitian ini, kegiatan pemasaran sosial diberikan kepada masyarakat dalam berbagai bentuk melalui berbagai media. Ketika seseorang menerima informasi mengenai pencegahan stunting dengan baik, terjadi perubahan perilaku pencegahan stunting oleh individu seiring dengan peningkatan pengetahuan sesuai dengan asumsi teori yang telah dipaparkan.

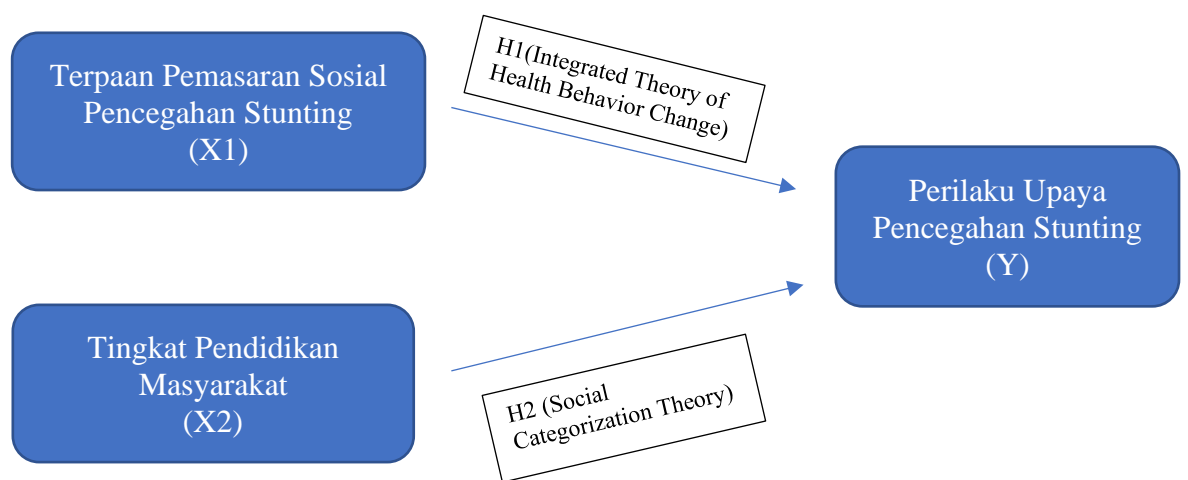
1.5.7. Pengaruh Tingkat Pendidikan Masyarakat Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Pencegahan Stunting

Social Categorization Theory (Teori Kategorisasi Sosial) berasumsi bahwa pembagian kategori yang berada di masyarakat (seperti usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan) akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu perilaku sosial (Baran, 2019). Masyarakat akan berperilaku sesuai dengan kedudukan kategori yang mereka jalani.

Tingkat pendidikan merupakan salah satu indikator dalam kategori sosial yang mempengaruhi individu dalam menentukan suatu respon ketika menerima informasi, dalam hal ini adalah informasi mengenai pencegahan stunting. Seseorang yang telah menempuh pendidikan tinggi akan lebih mudah untuk memahami suatu informasi yang telah diberikan dan akan menerapkan perilaku hidup sehat yang lebih baik (Fu, 2022). Pendidikan akan meningkatkan tingkat produktivitas individu dan akan memperhatikan pola hidup sehat yang berakhir pada kualitas kesehatan yang lebih baik (Viinikainen, 2022).

Dalam penelitian yang akan dilakukan, pesan mengenai pencegahan stunting telah diberikan pada kegiatan pemasaran sosial. Sesuai dengan asumsi teori

yang telah dipaparkan, maka ketika seseorang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi maka akan menerapkan perilaku hidup sehat dan berakhir pada perilaku untuk mencegah terjadinya stunting pada anak. Maka, sesuai dengan fokus penelitian ini bahwa tingkat pendidikan masyarakat (X2) berpengaruh terhadap penerapan perilaku upaya pencegahan stunting (Y).



1.6. Hipotesis

H1 : Terdapat pengaruh antara terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting (X1) dengan perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting (Y).

H2 : Terdapat pengaruh antara tingkat pendidikan masyarakat (X2) dengan perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting (Y).

1.7. Definisi Konseptual

1.7.1. Terpaan Pemasaran Sosial Pencegahan Stunting

Terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting di Kota Tegal adalah ketika masyarakat mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemasaran sosial pencegahan stunting di Kota Tegal dari berbagai media komunikasi, seperti media sosial (Instagram, Youtube, dan *website*) dan media konvensional (brosur dan poster).

1.7.2. Tingkat Pendidikan Masyarakat

Tingkat pendidikan masyarakat adalah pendidikan formal terakhir yang telah ditempuh oleh masyarakat di Kota Tegal.

1.7.3. Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Pencegahan Stunting

Perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting adalah suatu tindakan masyarakat sebagai upaya mencegah stunting yang merupakan respon setelah mendapat informasi mengenai cara pencegahan stunting dari kegiatan pemasaran sosial yang telah dilaksanakan.

1.8. Definisi Operasional

1.8.1. Terpaan Pemasaran Sosial Pencegahan Stunting

- a. Mengetahui isi pesan kegiatan pemasaran sosial pencegahan stunting.
- b. Mengetahui program dan kegiatan pemasaran sosial pencegahan stunting yang telah atau sedang berlangsung.

- c. Mengetahui media yang digunakan untuk menyebarkan pemasaran sosial pencegahan stunting.

1.8.2. Tingkat Pendidikan Masyarakat

- a. Responden dapat menyebutkan tingkat pendidikan terakhir.

1.8.3. Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Pencegahan Stunting

- a. Responden melakukan pemeriksaan rutin kesehatan pada anak.
- b. Responden mengonsumsi makanan dengan gizi seimbang.
- c. Responden menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat.

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Tipe dari penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori. Penelitian jenis kuantitatif eksplanatori menjelaskan mengenai pengaruh antara ketiga variabel berdasarkan data kuantitatif yang sudah ditemukan dalam proses penelitian (Bell, 2019).

Penelitian ini akan melihat pengaruh antara variabel independen, yaitu terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting dan tingkat pendidikan masyarakat terhadap variabel dependen, yaitu perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting.

1.9.2. Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau hal-hal lainnya yang target dari penelitian (Sekaran, 2013). Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Tegal yang memiliki anak yang berusia dibawah 6 tahun yang pernah membaca, mendengar, atau melihat pemasaran sosial pencegahan stunting. Berdasarkan populasi tersebut tidak ditemukan *population frame*. Alasan dari penentuan populasi adalah bahwa berdasarkan data yang dipaparkan oleh dataindonesia pada tahun 2022, Kota Tegal berada di posisi ke-empat dengan tingkat prevalensi stunting tertinggi di Jawa Tengah dengan tingkat prevalensi stunting sebanyak 23,9 persen dan mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sehingga populasi penelitian akan memiliki responden yang tepat karena memiliki permasalahan pada kasus stunting.

1.9.3. Sampling

1.9.3.1. Teknik Sampling

Teknik sampling untuk penelitian ini adalah non-probability sampling. Teknik tersebut tidak memberikan kesempatan yang sama pada elemen yang dijadikan populasi penelitian untuk dijadikan sebagai sampel (Sekaran, 2013). Untuk teknik pengambilan sample menggunakan *purposive sampling* yang didasarkan pada karakteristik yang telah ditentukan peneliti.

1.9.3.2. Sample Size

Sampel adalah sekelompok responden dengan jumlah lebih kecil yang merupakan bagian dari populasi dan memiliki hubungan terhadap variabel yang sedang diteliti (Dawson, 2009). Pada penelitian ini akan mengambil 100 responden yang akan dijadikan sampel karena menurut Roscoe jumlah sampel yang sesuai untuk penelitian yaitu 30 hingga 500 responden (Sekaran, 2013).

1.9.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data primer, dimana peneliti mengambil data secara langsung melalui observasi maupun investigasi dan bersifat data terbaru (Dawson, 2009). Sumber data dalam penelitian ini adalah responden dalam objek penelitian yang telah ditentukan.

1.9.5. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuisisioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah responden mengisi lembar kuisisioner yang telah disediakan.

1.9.6. Teknik Pengolahan Data

1.9.6.1. Editing

Tahapan ini dilakukan ketika peneliti sudah selesai mengumpulkan data dari target responden yang telah ditentukan sebelumnya. Editing adalah

upaya untuk memeriksa kembali kebenaran data yang diperoleh. Editing dilakukan pada tahap pengumpulan data atau setelah data terkumpul.

1.9.6.2. Coding

Tahapan coding dilakukan setelah selesai pada tahap editing. Coding adalah kegiatan pemberian kode numerik (angka) data yang terdiri atas beberapa kategori.

1.9.6.3. Tabulasi

Tabulasi merupakan tahapan terakhir dalam pengolahan data. Tabulasi adalah membuat tabel-tabel data sesuai dengan tujuan penelitian atau yang diinginkan oleh peneliti.

1.9.7. Teknik Analisis Data

Regresi linear sederhana digunakan sebagai teknik analisis data karena teknik tersebut dapat menjelaskan seberapa besar dampak dari variabel dependen terhadap variabel independent (Sekaran, 2013). Dari penelitian yang akan dilakukan, regresi linear sederhana digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel terpaan pemasaran sosial pencegahan stunting (X1) terhadap perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting (Y) dan variabel tingkat pendidikan masyarakat (X2) terhadap perilaku masyarakat dalam upaya pencegahan stunting (Y).

