

Penggunaan Media Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Tentang *Stunting* pada Mahasiswa Non Kesehatan

*Susiana Dewi Ratih¹⁾, Ratih Agustin Prikhatina²⁾, Ratna Mutu Manikam³⁾, Evi Noviaty⁴⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

^{2),3)} Program Studi DIII Gizi, Fakultas Kesehatan, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Corresponden author: susiana64@gmail.com

Received : 28-12-2020

Accepted : 29-3-2021

Published: 30-3-2021

Doi : <https://doi.org/10.37012/jpkmht.v3i1.431>

ABSTRAK

Stunting adalah kondisi gagal tumbuh pada anak balita akibat kekurangan gizi kronis terutama pada 1.000 Hari Pertama Kehidupan (HPK). Penyampaian informasi pada masyarakat menjadi penting, mengingat RPJMN 2020-2024 penekanan angka *stunting* ditargetkan menjadi 19% pada 2024 dari 27.7 % data riset nasional tahun 2019. Salah satu upaya untuk membantu turunnya angka *stunting* adalah dengan pemberian edukasi melalui berbagai media komunikasi. Metode yang digunakan yaitu dengan membuat video penyuluhan oleh mahasiswa S1 Gizi sebagai komunikator dan di unggah di *Youtube*. Pesan yang disampaikan adalah informasi tentang *stunting*, komunikator (responden) adalah mahasiswa dari program studi non kesehatan. Umpan balik diperoleh melalui pengisian kuesioner sebelum dan sesudah menonton video yang disebarakan melalui *Whattapps*. Data dianalisis untuk mengetahui perbedaan pemahaman sebelum dan sesudah menonton video penyuluhan. Teknik analisis data menggunakan uji *paired sample t-test*. Responden yaitu mahasiswa prodi non kesehatan Universitas MH. Thamrin Jakarta dan Universitas Singa Perbangsa Karawang. Hasil penyuluhan memperlihatkan ada perbedaan signifikan pemahaman responden dan kenaikan nilai test sebelum dan sesudah menonton video penyuluhan. Penyuluhan menggunakan video yang di unggah di *Youtube* dapat digunakan sebagai media dalam penyampaian pesan tentang *stunting*. Untuk selanjutnya diharapkan bisa dikembangkan video dan kuesioner yang lebih menarik dan lebih komunikatif, serta lebih melibatkan mahasiswa dalam kegiatannya.

Kata Kunci: *Stunting*, Penyuluhan, Media Komunikasi.

ABSTRACT

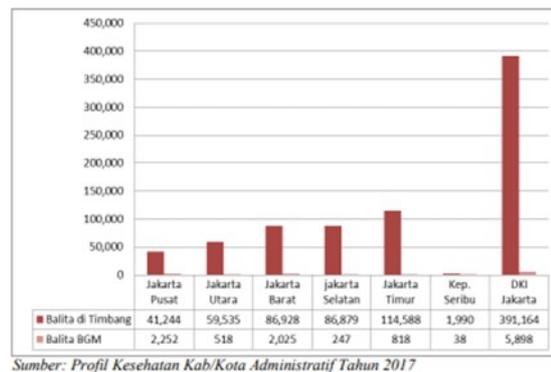
Stunting is a condition of failure to thrive in children under five due to chronic malnutrition, especially in the first 1,000 days of life (HPK). Information delivery to the public is important, considering that the 2020-2024 RPJMN emphasizes the stunting rate targeted to 19% by 2024 from 27.7% of the 2019 national research data. One of the efforts to help reduce stunting rates is by providing education through various communication media. The method used is by making counseling videos by undergraduate nutrition students as communicators and uploading them on Youtube. The message conveyed was information about stunting, the communicant (respondent) was a student from a non-health study program. Feedback was obtained through filling out questionnaires before and after watching videos distributed through the Whattapps Group. Data were analyzed to determine differences in understanding before and after watching the counseling video. The data analysis technique used paired sample t-test. Respondents from non-health study program students MH. Thamrin University Jakarta and Singa Perbangsa University, Karawang. The results of counseling showed that there were significant differences in the understanding of respondents and an increase in test scores before and after watching the counseling videos. Counseling using videos uploaded on Youtube can be used as a medium in delivering messages about stunting. Henceforth, it is hoped that videos and questionnaires that are more interesting and more communicative can be developed and involve students more in their activities.

Keywords: *Stunting, Counseling, Communication Media.*

PENDAHULUAN

Stunting adalah kondisi gagal tumbuh pada anak balita akibat kekurangan gizi kronis terutama pada 1.000 Hari Pertama Kehidupan (HPK). Permasalahan *stunting* terjadi mulai dari dalam kandungan dan baru akan terlihat ketika anak sudah menginjak usia dua tahun. UNICEF mendefinisikan *stunting* sebagai persentase anak-anak usia 0 sampai 59 bulan, dengan tinggi badan di bawah minus (*stunting* sedang dan berat) dan minus tiga (*stunting* kronis). Hal ini diukur dengan menggunakan standar pertumbuhan anak yang dikeluarkan oleh WHO. Selain mengalami pertumbuhan terhambat, *stunting* juga seringkali dikaitkan dengan penyebab perkembangan otak yang tidak maksimal (Semba, et.al, 2008 dalam Paramita, 2012)

Berdasarkan profil kesehatan DKI Jakarta Tahun 2017, terdapat gambaran balita dengan gizi buruk sebagai berikut:



Gambar 1. Jumlah Balita di Timbang dan Balita di Bawah Garis Merah (BGM) Menurut Kab-Kota Provinsi DKI Jakarta Tahun 2017

Walaupun *screening* yang dilakukan oleh dinas kesehatan semakin baik, pemahaman dan penyebaran informasi tentang *stunting* tetap perlu dilakukan. Penggunaan media komunikasi untuk memberi informasi pada masyarakat tentang gizi buruk pada balita dan akibatnya, merupakan upaya untuk mengatasinya.

Penyampaian informasi pada masyarakat terkait *Stunting* ini menjadi penting, mengingat Percepatan penanganan *stunting* tahun 2020 kelak diperluas ke 260 kabupaten/kota dari yang sebelumnya 160 kabupaten/kota pada 2019. RPJMN 2020-2024 penekanan angka *stunting* ditargetkan menjadi 19% pada 2024 dari yang saat ini 27,7% (Risksdas 2019). Salah satu upaya untuk membantu turunnya angka *stunting* adalah dengan pemberian edukasi melalui berbagai media komunikasi. Salah satunya dengan media komunikasi Video. Video termasuk dalam media audio-visual yang dapat mengungkapkan objek dan peristiwa seperti keadaan sesungguhnya. Penggunaan video membuat

pesan yang ditampilkan lebih dipahami secara utuh dan sederhana karena memberikan gambaran nyata yang terjadi di kehidupan ataupun lingkungan sehari-hari. Tampilan video menjadi daya tarik sehingga mampu mempertahankan perhatian seseorang selama video diputar (Primavera, 2014 dalam Rehusisma, dkk, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rehusisma, dkk, 2017, bahwa media video merupakan media yang sangat *valid* sebagai media pembelajaran (96,89%) dan dari uji kepraktisan sebesar 97,5% (Rehusisma, dkk, 2017). Berdasarkan penelitian tersebut, maka penggunaan video dalam menyebarkan pesan tentang stunting menjadi bagian penting dalam PkM ini. Media audiovisual mampu memberikan kekayaan informasi yang tinggi (Draft & Lengel, 1984).

Mahasiswa sebagai agen perubahan memegang peranan penting, mengingat mereka adalah tolok ukur kemajuan bangsa. Sebagai agen perubahan, maka mahasiswa perlu sekali mendapatkan informasi dan pemahaman tentang *stunting*, agar dapat menyebarkan ke semua lapisan masyarakat. Khususnya bagi mahasiswa dari program studi non kesehatan, dimana kurikulum terkait prodi masing masing tidak berkaitan dengan pengetahuan tentang *stunting* ini. Hal ini juga menjadi salah satu peran perguruan tinggi dalam menurunkan angka prevalensi *stunting*.

Permasalahan lainnya adanya pandemi covid-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 belum juga reda, sehingga kegiatan penyuluhan dan pemberian informasi kepada mahasiswa harus dilakukan secara daring. Maka penggunaan media video menjadi penting. Selain itu pemanfaatan media sosial seperti *Whatapps Group* , *Youtube* dan form dari *Google* sebagai penyebar informasi dalam PkM ini digunakan untuk melihat apakah ada peningkatan pemahaman sebelum dan sesudah menonton video.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat (PkM), kegiatan penyuluhan dan penyebaran informasi dilakukan melalui penyebaran informasi secara Konvergensi (*Media Convergence*), yaitu penyatuan berbagai media ke dalam satu aktivitas atau medium (Balnaves, dkk, 2009). Media yang digunakan adalah media Internet, yang dilakukan secara daring, melalui berbagai aplikasi. Penyuluhan dan penyebaran informasi tidak dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) karena situasi pandemi covid-19.

Aplikasi yang digunakan adalah media video yang bisa dilihat secara *online* (daring)., yaitu *Youtube*. Langkah langkah dalam kegiatan ini adalah:

Persiapan kegiatan: Pembuatan video tentang *stunting*, sebagai komunikator dalam video adalah sesama rekan mahasiswa (*peer grup*) yang memiliki kompetensi di bidang gizi. (mahasiswa S1 Gizi), menyiapkan konten penyuluhan tentang *stunting*. Penyampaian informasi dengan bahasa yang dapat dipahami oleh sesama mahasiswa.

Pembuatan kuesioner untuk *pretest* dan *posttest* informasi tentang *stunting*, yang menggunakan *googleform*, dikemas sedemikian rupa dalam 1 tautan dengan video penyuluhan yang di unggah di *Youtube*.

Pengambilan sampel, dilakukan dengan menyebarkan tautan kuesioner ke berbagai *Whatsapps Group* mahasiswa, khususnya mahasiswa dari prodi non kesehatan (Fakultas Ekonomi dan Bisnis/FEB, Fakultas Komputer/FKOM dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan/FKIP Universitas MH Thamrin Jakarta), serta mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Singa Perbangsa Karawang. Pemilihan responden karena mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan. Jumlah sampel total 142 responden.

Analisis data dari kuesioner yang masuk, menggunakan *Paired sample t-test* (uji t sampel berpasangan) untuk melihat perbedaan pemahaman sebelum dan sesudah menonton video,

Adapun Hipotesisnya adalah

H₀ : tidak ada perbedaan nilai skor sebelum dan sesudah menonton video penyuluhan

H₁: Ada perbedaan nilai skor sebelum dan sesudah menonton video penyuluhan

Kriteria pengujian:

Jika nilai $P > \alpha$ maka H₀ di terima, H₁ ditolak

Jika $P < \alpha$ H₀ di tolak, H₁ diterima

Rumus t hitung: (Hayes, 2005)

UJI HIPOTESIS 2-SAMPEL
SAMPEL-SAMPEL TIDAK SALING BEBAS
(UJI t BERPASANGAN)

$$t = \frac{\bar{d}}{s_d / \sqrt{n}} \quad s_d = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (d_i - \bar{d})^2}{n - 1}}$$

ASUMSI:

- Populasi selisih berdistribusi normal
- Kedua sampel tidak saling bebas

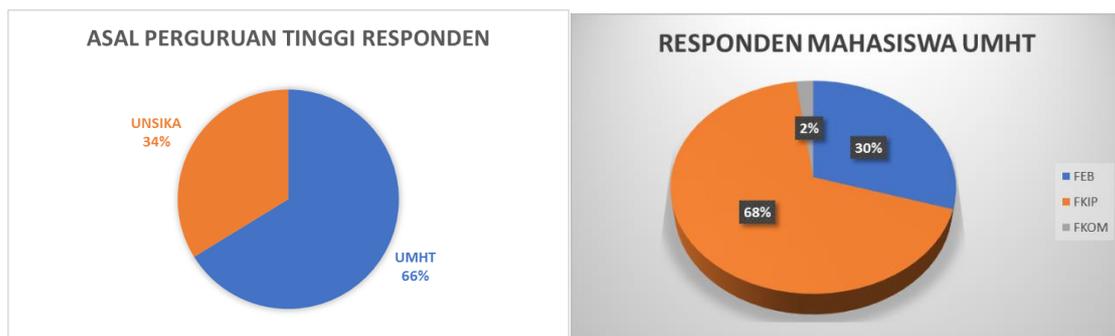
Gambar 2. Rumus Uji T Sampel Berpasangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

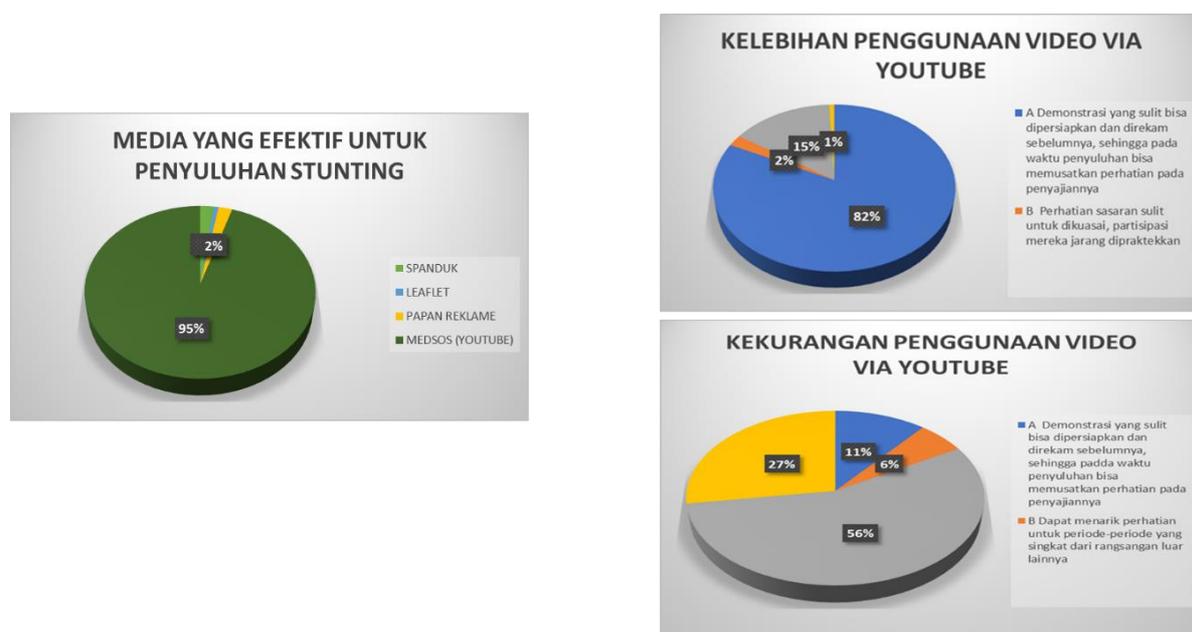
Karakteristik Responden

Responden yang mengikuti kegiatan sebanyak 142 mahasiswa terdiri dari mahasiswa 2 universitas yaitu Universitas MH Thamrin Jakarta (UMHT) sebanyak 66% dan Univeristas Singa Perbangsa Karawang (Unsika) sebanyak 34%. Untuk secara rinci mahasiswa UMHT diikuti oleh 68% mahasiswa FKIP, 30% mahasiswa FEB dan sisanya dari FKOM.



Gambar 3. Karakteristik Responden (hasil Olah Data PkM Susiana, 2020)

Dari kuesioner diperoleh bahwa sebanyak 95% responden menyatakan bahwa media yang efektif dalam penyuluhan *stunting* adalah video yang diunggah di *Youtube*. Menurut responden, kelebihan dari media video di *Youtube* mampu memberikan demontrasi dan bisa dipersiapkan sebelumnya, walaupun membutuhkan peralatan yang mahal.



Gambar 4. Pendapat Responden (Milennial) Tentang Penggunaan Media (Hasil olah data PkM Susiana, 2020)

Hasil Uji Kefektifan Penyuluhan

Setelah melakukan pemindaian terhadap hasil kuesioner 142 responden, ada 121 responden yang bisa diuji, karena menyelesaikan semua isian dalam kuesioner. Sisanya tidak menyelesaikan isian. Nilai probabilitas (.sig) yang diperoleh yaitu 0,0005 dimana pengujian menggunakan nilai signifikansi (α) 0,05, hasil uji menunjukkan bahwa nilai Probabilitas pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi., dengan demikian H0 di tolak dan H1 diterima. artinya ada perbedaan signifikan nilai skor sebelum dan sesudah menonton video penyuluhan (lihat Tabel 1).

Tabel 1.
Hasil Uji T sampel berpasangan
Paired Samples Test

		t	df	Sig. (2-tailed)
Pair 1	Pretest - Posttest	-6,050	120	,000

Sumber: Hasil olah data PkM Susiana, 2020

Hal ini menjelaskan bahwa penggunaan media komunikasi video efektif sebagai media penyampaian pesan tentang *stunting* di mahasiswa non kesehatan. Selain itu dari nilai rata rata skor sebelum dan sesudah menonton, memperlihatkan adanya kenaikan nilai rata rata di *post test* (Tabel 2), hal ini bermakna bahwa video penyuluhan bisa digunakan untuk meningkatkan pemahaman terhadap *stunting*.

Tabel 2.
Hasil Uji Deskriptif Data sampel

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pretest	121	10	100	70,7438
Posttest	121	35	100	75,8264

Sumber: Hasil olah data PkM Susiana, 2020

Pembahasan

Kurangnya kesadaran tentang pentingnya asupan zat gizi pada ibu, calon ibu dan calon orang tua, akan berdampak pada kurangnya upaya yang dilakukan pada pencegahan *stunting*. Kondisi ini akan berlanjut sampai dengan anak lahir dan tumbuh. Dalam perkembangannya, anak yang bertubuh pendek dianggap wajar dan tidak berdampak untuk perkembangan anak selanjutnya sehingga tidak memerlukan penanganan khusus (Anggraini, dkk, 2020).

Penyebab langsung status gizi seorang ibu dan anak adalah penyakit infeksi dan konsumsi makanan. Pengetahuan ibu atau calon ibu tentang *stunting* merupakan penyebab tidak langsung namun sangat berpengaruh pada penyebab langsung terjadinya *stunting* anak karena berkontribusi pada makanan apa yang diberikan kepada anak. Penyampaian informasi yang dianggap efektif dalam menyampaikan pesan tentang pencegahan *stunting* ada media audio visual. Oleh karena itu diperlukan upaya pemberian informasi yang terus berlanjut oleh tenaga kesehatan melalui media audio visual sehingga memudahkan masyarakat untuk memahami pesan tentang *stunting* (Arsyati, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini, dkk (2020) menyatakan bahwa ada perbedaan yang signifikan pengetahuan sebelum dan sesudah intervensi menggunakan media audio visual tentang pencegahan *stunting*. Perbedaan promosi kesehatan menggunakan leaflet dan audio visual terhadap pengetahuan dan sikap tentang pencegahan *stunting* menunjukkan bahwa media audio visual lebih meningkatkan pengetahuan tentang *stunting* dibandingkan leaflet (Nurhayati *et al* dalam Anggraini, dkk, 2020).

Pernyataan di atas menguatkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan PKM ini. Mahasiswa sebagai calon orangtua di masa depan perlu mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai *stunting*, agar dapat mencegah dan juga menyebarkan edukasi tersebut ke lingkungannya. Dengan meningkatnya pemahaman mengenai pencegahan *stunting*, maka diharapkan angka prevalensi bisa menurun. Video sebagai media audio visual memiliki kelebihan dalam memberikan persepsi yang tepat untuk pesan yang dikirimkan. Video juga bisa dipersiapkan terlebih dahulu, sehingga strategi komunikasi penyampaian pesan bisa diatur sesuai kebutuhan komunikan (responden).

Sebagai komunikator dalam video penyuluhan digunakan sesama mahasiswa, karena memiliki cara penyampaian yang sesuai dengan target responden, hal ini membuat responden lebih memperhatikan dengan seksama pesan yang disampaikan, melalui bahasa “pergaulan” yang sama dengan responden. Konten mengenai *stunting* yang disampaikan pada mahasiswa non kesehatan berisikan bahasa ilmiah populer, sehingga mudah dimengerti dan dipahami.

Penggunaan media komunikasi dalam bentuk video juga memerlukan cara pengemasan pesan yang menarik, terutama pada masa Pandemi, tidak dimungkinkan untuk mengumpulkan orang dalam sebuah ruangan. Untuk itu penyebaran informasi harus dilakukan secara konvergen, melalui satu media yang menyatukan berbagai media. Dengan internet, pesan ini bisa dikemas dalam satu platform, kemudian dikirimkan melalui aplikasi *Whatapps*. Pengisian bisa dilakukan dimana saja hanya dengan me”klik” tautan yang disediakan. Untuk itu digunakan

googleform yang memuat *pretest* , kemudian dilanjutkan ke tautan video penyuluhan lewat video yang diunggah di *Youtube*, lalu dilanjutkan ke tautan *post test*. Kondisi ini memang akan memakan waktu lebih banyak bagi responden untuk terus melanjutkan pengisian kuesioner dari *googleform*. Untuk itu proses produksi pesan ke depannya harus dikemas dengan *gimmick* yang menarik sehingga responden menyelesaikan isiannya. Dalam kegiatan ini, dari 142 responden, hanya 14,8 % yang tidak menyelesaikan, dan hal tersebut perlu ditelusuri lebih lanjut penyebabnya. Selain itu eksplorasi penggunaan media sosial lainnya seperti *Instagram* dan *Facebook* dapat dijadikan kegiatan lebih lanjut, disesuaikan dengan target responden yang dituju.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil kegiatan PkM ini memperlihatkan adanya perbedaan pemahaman mahasiswa mengenai *stunting* sebelum menonton video penyuluhan dengan sesudah menonton. Hal ini menguatkan hipotesis bahwa video sebagai media penyuluhan dapat memberikan pemahaman kepada responden dalam penyampaian pesan tentang *stunting*.

Penyampaian informasi yang dilakukan oleh sesama mahasiswa (*peer group*) juga memberikan penguatan terhadap pesan yang disampaikan, dan efektif. Berdasarkan PkM yang dilaksanakan diketahui 142 responden, ada 21 responden yang tidak menyelesaikan pengisian kuesioner yang dikirimkan, kemungkinan karena petunjuk pengisian yang masih belum dipahami dan waktu pengisian terlalu lama sehingga membosankan. Disarankan, untuk kegiatan selanjutnya, pembuatan kuesioner yang lebih menarik, dan tidak membosankan, sehingga dapat meningkatkan peran serta mahasiswa kegiatan PkM .

Kegiatan yang sama dapat diterapkan melalui penyuluhan lewat media sosial lainnya seperti *Instagram*, *facebook* dan lainnya, sesuai dengan target responden (komunikasikan) yang dituju.

REFERENSI

1. Anggraini, S., S, Siregar & R, Dewi. 2020. Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Ibu Hamil Tentang Pencegahan *Stunting* Di Desa Cinta Rakyat. *Jurnal Ilmiah Kebidanan Imelda*, 6(1), 44-49.
2. Arsyati, A, M. 2019. Pengaruh Penyuluhan Media Audiovisual Dalam Pengetahuan Pencegahan *Stunting* Pada Ibu Hamil Di Desa Cibatok 2 Cibungbulang. *Jurnal Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*, 2(3), 182-190.

3. Balnaves, M, S.H. Donald & B. Shoemith. 2009. *Media Theories & Approaches. A Global Perspectives*. Palgrave, Macmillan. New York.
4. Hayes, A.E. 2005. *Statistical Method For Communication Science*. Lawrence Erlbaum Associates, *Publisher*. London.
5. Kementerian Kesehatan RI. 2020. *Profil-Kesehatan-DKI-Jakarta-Tahun-2019*.
6. Paramita , Anisa. 2012. *Faktor Faktor Yang Berhubungan dengan kejadian Stunting pada Balita usia 25 -60 bulan di kelurahan kali baru Depok 2012*. Skripsi. Universitas Indonesia. Jakarta.
7. Rehusisma, L.A, S. E. Indriwati, E. Suarsini. 2017. *Pengembangan Media Pembelajaran Bookletdan Video Sebagai Penguatan Karakter Hidup Bersih Dan Sehat*. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan* Volume: 2 Nomor: 9 Bulan September Tahun 2017 Halaman: 1238—1243. Pascasarjana Universitas Negeri Malang.