

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Kementrian Kesehatan (Kemenkes) RI menjelaskan bahwa stunting adalah kondisi gagal pertumbuhan pada anak (Pertumbuhan tubuh dan otak) akibat kekurangan gizi dalam waktu yang lama. Sehingga anak lebih pendek dari anak normal sesusianya dan memiliki keterlambatan dalam berpikir. Kekurangan gizi dalam waktu lama itu terjadi sejak janin dalam kandungan sampai awal kehidupan anak (1000 Hari Pertama Kelahiran) (Kemenkes RI,2018)¹. Kasus stunting merupakan masalah serius di Indonesia yang sampai saat ini Pihak Pemerintah mengupayakan strategi terbaik dalam menekan tingkat stunting. Selain gangguan pada perkembangan anak, kasus stunting juga dapat mempengaruhi faktor stabilitas ekonomi Indonesia.

Setiap tahunnya, kasus stunting di Indonesia selalu melebihi standard dari WHO dengan prevalensi data stunting wajib kurang dari 20%, sedangkan di Indonesia sendiri, prevalensi data stunting berada di 21%. Berdasarkan data dari UNICEF dan WHO, Indonesia menempati urutan tertinggi ke-27 dari 154 negara yang memiliki data stunting. Hal ini menjadikan Indonesia berada di urutan ke-5 diantara negara-negara di Asia.² Dalam situasi ini, Kabupaten Manggarai Timur menjadi salah satu perhatian khusus karena tingginya angka stunting yang mengkhawatirkan dimana Kabupaten Manggarai Timur berada di status merah dengan tingkat kejadian mencapai 42,9% di bandingkan dengan kabupaten lainnya yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Berikut merupakan tabel data kasus stunting di Kabupaten Manggarai Timur.

¹ https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2483/stunting-dan-pencegahannya#:~:text=Stunting%20adalah%20kondisi%20ketika%20balita%20memiliki%20tinggi%20badan%20dibawah%20rata%2Drata. Rabu, 14 Oktober2023.

² <https://www.kemenkopmk.go.id/perlu-terobosan-dan-intervensi-tepat-sasaran-lintas-sektor-untuk-atasi-stunting> 20 Oktober 2023



tabel 1. 1 Data kasus stunting di Kabupaten Manggarai Timur

Sumber: Dinas Kabupaten Manggarai Timur

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur sejak tahun 2019 hingga tahun 2023 kasus stunting mengalami fluktuasi (naik-turun). Pada tahun 2019 angka kasus stunting berjumlah 2.830 balita, pada tahun 2020 mengalami penurunan yaitu 2.012 balita. Namun, pada tahun 2021 kasus stunting meningkat mencapai 3.052 balita. Tahun 2022 hingga 2023 kasus stunting mengalami penurunan yang pada tahun 2022 berjumlah 2.408 balita dan pada tahun 2023 berjumlah 2.195 balita. Dari data ini menunjukkan bahwa kasus stunting di Kabupaten Manggarai Timur masih ada dan tinggi meskipun menurun. Tingginya kasus stunting di Kabupaten Manggarai Timur disebabkan oleh beberapa faktor utama rendahnya asupan gizi yang sesuai karena faktor ekonomi dan pengetahuan, fasilitas kesehatan yang terbatas dan kurang memadai. Fenomena ini memerlukan upaya yang efektif dari berbagai pihak, baik dari masyarakat hingga perhatian dari pihak Pemerintah mengingat bahwa stunting menimbulkan dampak yang cukup serius terhadap pertumbuhan dan perkembangan anak-anak baik saat ini maupun dimasa yang akan datang. Salah satu instansi Pemerintah yang memiliki peran dalam menangani tingginya angka stunting di Kabupaten Manggarai Timur adalah Dinas Kesehatan Manggarai Timur. Hal ini karena

Dinas Kesehatan Manggarai Timur memiliki tugas untuk melaksanakan berbagai program dan pelayanan kesehatan masyarakat termasuk masalah Stunting.

Sebagai upaya dalam menangani masalah stunting di Kabupaten Manggarai Timur, Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur telah melakukan berbagai program antara lain melakukan sosialisasi, penyuluhan dan melakukan pelayanan kesehatan. Untuk mencapai tujuan dalam rangka menangani masalah Stunting ini, Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur juga melakukan koordinasi dengan perangkat daerah lainnya yaitu PUPR, Dinas Sosial, Dinas P2KBP3A, Dinas Dukcapil, Dinas Pertanian, Dinas Peternakan, Dinas Ketahanan Pangan Dan Perikanan, Dinas PMD, Dinas KOMINFO, dan BAPPELITBANGDA dengan melaksanakan kegiatan sesuai indikator masing-masing.

Meskipun berbagai program telah dilakukan oleh Dinas Kesehatan Manggarai Timur dengan bekerjasama dengan berbagai instansi Pemerintahan lainnya, kondisi stunting di Kabupaten Manggarai Timur terhitung masih tinggi atau masih jauh di atas standart, oleh karena itu diperlukan upaya penanganan stunting yang lebih serius agar mencapai perubahan yang maksimal. Salah satunya adalah dengan melakukan aktivitas *public relations* yang bertujuan untuk membantu pemerintah dalam mempengaruhi dan meningkatkan pandangan masyarakat terhadap isu stunting.

Menurut Horwad Bonham, Vice Chairman, American National Red Cross menyatakan *public relations* adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian *public* yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi, badan, lembaga atau perusahaan. Sementara J. H Wright dalam buku *public relations is Management (1949)*, mengemukakan *public relations* yang modern adalah suatu rencana tentang kebijaksanaan dan kepemimpinan yang akan menanamkan kepercayaan publik dan menambah pengertian mereka.³ Dari

³ Saputra & Rulli, *Public relations 2.0* (Jakarta, Gramata Publishing, 2011), Hal 2-3

pengertian diatas, *public relations* merupakan suatu aktivitas dalam rangka menciptakan pengertian publik dan membangun kepercayaan publik dengan rencana yang strategis dan manajemen yang terstruktur.

Melalui *public relations* Dinas Kesehatan dapat membangun pemahaman masyarakat tentang risiko dan cara pencegahan stunting dengan melaksanakan berbagai aktivitas seperti kampanye dan beragam program edukasi. Aktivitas ini dapat efektif jika memperhatikan konsep seperti pesan dan pemilihan media yang sesuai. Oleh karena itu, pesan dan media yang tepat dapat menjadi kunci utama dalam menangani isu stunting. Hal ini menuntut pihak *public relations* harus memiliki keterampilan dalam bidang komunikasi seperti mempengaruhi opini publik, kemampuan untuk bersosialisasi, memiliki kemampuan berbicara, mendengar, melihat, menulis serta menganalisis fenomena yang terjadi.

Kampanye *Public relations (PR Campaign)* dalam arti sempit bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (target audience) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi (*corporate activities*) agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi dan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan.⁴ Dalam konteks ini, kampanye *public relations* difungsikan sebagai media yang membantu pemerintah membangun pemahaman dan meningkatkan kesadaran terkait isu stunting dan penanganannya sehingga terjadi perubahan yang diinginkan.

Sebuah praktek kampanye PR harus direncanakan secara matang dengan menerapkan strategi komunikasi dengan baik. Tahapan yang harus dilalui ketika hendak melaksanakan kampanye PR adalah dengan mengetahui target sasaran/target audience, menentukan tujuan dilaksanakannya kampanye PR sesuai dengan tujuan lembaga, organisasi

⁴ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public relations*. (Jakarta, Rajawali Pers, 2013). Hal 66

atau perusahaan, kemudian merancang pesan apa yang hendak disampaikan dan melalui media yang tepat sehingga pesan dalam langsung diterima oleh publik.

Istilah kampanye *public relations* terdengar asing disebagian masyarakat, hal ini terjadi karena pada umumnya, pelaku kampanye *public relations* hanya berfokus pada isi pesan dan tujuan kampanye *public relations*, tanpa menjelaskan apa itu kampanye *public relations*, namun terlepas dari itu kegiatan kampanye *public relations* memiliki pengaruh besar kepada perubahan masyarakat. Salah satunya adalah jenis kampanye berdimensi pada perubahan sosial (*ideological or cause*). Jenis kampanye ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, meningkatkan kesadaran, sekaligus mempengaruhi sikap dan pandangan masyarakat terhadap suatu isu sosial. Kegiatan kampanye PR di lembaga pemerintahan selain sebagai media untuk memberikan informasi juga sebagai media untuk menunjukkan bukti kepada masyarakat bahwa Pihak Pemerintah berperan penting dalam menyelesaikan isu-isu sosial dimasyarakat.⁵

Oleh karena itu, mengenai hal ini kampanye *public relations* berperan sebagai aktivitas yang mendorong program Dinas Kesehatan Manggarai Timur dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang stunting sebagai masalah serius melalui tahapan merancang pesan yang mudah dipahami, pemilihan media yang sesuai agar mampu menjangkau target audiens yang luas sehingga mampu memberikan pemahaman dan edukasi tentang pentingnya gizi yang baik dan dampak stunting terhadap pertumbuhan anak-anak. Berdasarkan deskripsi fenomena yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Kampanye *Public relations* Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting ”**.

1.2.Rumusan Masalah

⁵ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public relations*. (Jakarta, Rajawali Pers, 2013). Hal 67

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pokok masalah yang akan dibahas yaitu:

“Bagaimana Strategi Kampanye *Public relations* Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting?”

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui Strategi Kampanye *Public relations* Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting.

1.4.Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat:

1.4.1 Manfaat akademis (Aspek Teoritis)

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan ilmu pengetahuan bagi peneliti sekaligus pembaca mengenai Strategi Kampanye *Public relations* Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang strategi kampanye *public relations*.

1.4.2 Manfaat Praktis (Aspek Praktis)

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur dalam menyempurnakan penerapan Strategi Kampanye *Public relations*.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan penunjang referensi dan bahan masukan dalam penelitian tentang Strategi Kampanye *Public relations* selanjutnya.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan peneliti dalam skripsi ini menggunakan paradigma kualitatif yang bertujuan untuk memahami, menggambarkan dan memberikan interpretasi mendalam terhadap strategi kampanye *public relations* yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur dalam menanggulangi masalah stunting. Sehingga peneliti akan memilih teori yang tepat untuk dapat memahami dan mengetahui program yang tepat untuk menanggulangi masalah stunting di Kabupaten Manggarai Timur.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu pendekatan yang digunakan dalam rangka memahami, memvisualisasikan dan mendeskripsikan fenomena penelitian secara mendalam dengan berfokus pada proses pengumpulan data dan analisis yang berdasar pada pola deskriptif, naratif dan tidak terstruktur. Sehingga, penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk memahami program, perilaku, persepsi, motivasi serta strategi Kampanye *Public relations* Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting.

1.5.3 Subjek Dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah pihak yang bertanggung jawab untuk menyusun program/strategi, mengimplementasikan dan mengevaluasi program penanggulangan masalah stunting diantaranya Kepala Bidang Kesehatan Masyarakat yaitu Maria Dihung Kenari, A.Md. Keb dan Kristina K. Luhur

menjabat sebagai Subkoordinator Substansi Pelayanan Kesehatan Ibu Dan Anak.

Sementara Objek dalam penelitian ini adalah lembaga yang memiliki peran penting dalam melaksanakan berbagai program pelayanan kesehatan yaitu Strategi Kampanye *Public relations* Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur. Objek ini relevan karena memiliki dampak yang besar terhadap penanganan kasus stunting.

1.6 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder sebagai bahan dalam menganalisis fenomena penelitian.

1.6.1 Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang didapat dari sumber utama seperti narasumber, catatan lapangan yang tepat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan yaitu Kepala Bidang Kesehatan Masyarakat yaitu Maria Dihung Kenari, A.Md. Keb dan Kristina K. Luhur menjabat sebagai Subkoordinator Substansi Pelayanan Kesehatan Ibu Dan Anak. Selain itu juga data diperoleh melalui proses observasi, studi dokumen, dokumentasi.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang secara tidak langsung didapatkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber yang telah ada sebelumnya seperti arsip, buku, artikel, jurnal penelitian sebelumnya yang memiliki topik penelitian yang sama.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian bertujuan untuk mengumpulkan informasi atau data yang akurat dalam rangka menganalisis fenomena dan pengambilan keputusan dalam penelitian. Terdapat berbagai jenis teknik pengumpulan data yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan setiap penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis pengumpulan data sebagai berikut:

1.7.1 *Observasi*

Observasi (*observation*) adalah pengamatan, perhatian, atau pengawasan. Metode pengumpulan data dengan observasi artinya mengumpulkan data atau menjaring data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek dan atau objek penelitian secara seksama (cermat dan teliti) dan sistematis⁶

Pada penelitian ini, peneliti mengobservasi lokasi tempat penelitian yakni Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur. Observasi yang dilakukan guna untuk mendapatkan informasi dan data akurat tentang program dan strategi Kampanye *Public relations* Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting seperti apa yang telah dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur.

1.7.2 *Wawancara*

Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara semi struktur dimana peneliti akan terlebih dahulu menyusun panduan wawancara sesuai dengan teori yang digunakan, kemudian di kembangkan pada saat wawancara berlangsung dengan tujuan untuk mengetahui dan menemukan lebih mendalam tentang masalah yang diteliti yaitu Strategi Kampanye *Public relations* Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting dimana pihak yang akan diwawancara diminta data terkait permasalahan penelitian. Peneliti menyusun panduan wawancara

⁶ Yusriani, Y. (2021). *Metodologi penelitian pendidikan*. Hal 58

sesuai dengan teori yang digunakan, kemudian dikembangkan pada saat wawancara berlangsung.

1.7.3 *Studi Dokumentasi*

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁷ Penggunaan dokumentasi adalah sebagai data pendukung dari hasil wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi diperoleh melalui proses wawancara dan observasi yang meliputi peraturan, arsip, kebijakan serta prosedur yang berkaitan dengan proses menanggulangi masalah stunting dengan Strategi Kampanye *Public relations* Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur.

1.8 Teknik Analisis Data

Milles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁸ Dalam menganalisis data, peneliti melalui tahapan-tahapan berikut:

1.8.1 *Data Reduction (Reduksi Data)*

Reduksi data dalam penelitian ini dengan merangkum data dan memilih hal pokok yang sudah didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi mengenai Strategi Kampanye *Public relations* Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting dengan tujuan mempermudah peneliti untuk tetap pada fokus penelitiannya.

1.8.2 *Data Display (Penyajian Data)*

⁷ Ipa Hafsiah Yakin. *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. (Garut – CV. Aksara Global Akademia, 2023). Hal 98

⁸ Ipa Hafsiah Yakin. *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. (Garut – CV. Aksara Global Akademia, 2023). Hal 104-105

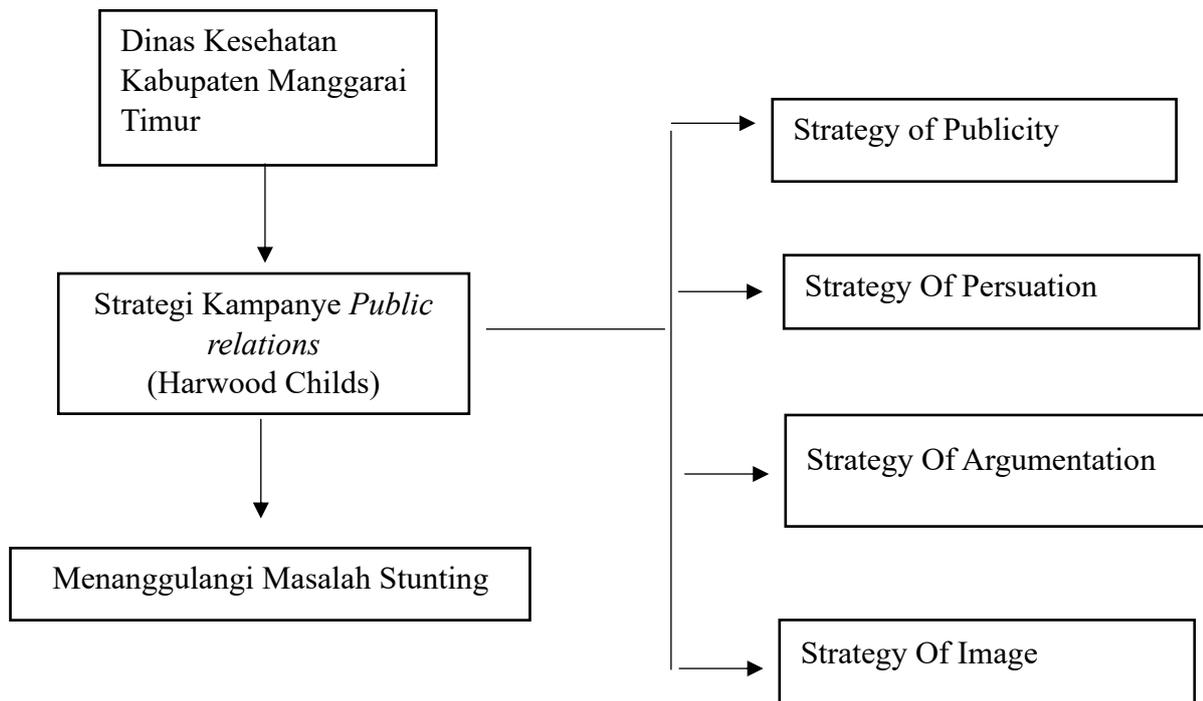
Mendisplay data akan memudahkan peneliti dalam memahami masalah atau fenomena yang terjadi serta merencanakan langkah berikutnya berdasarkan pemahaman tersebut.

1.8.3 Conclusion Drawing/Verification

Pada tahapan ini peneliti akan menyusun kesimpulan dari hasil temuan sesuai dengan analisis data yang telah dilakukan. Kesimpulan ini merupakan tahapan kesimpulan awal yang masih bersifat sementara dan masih dapat diubah jika menemukan bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data.

1.9 Kerangka Konsep Dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep



tabel 1. 2 Konsep Penelitian

1.9.2 Definisi konsep

- a. Kampanye *Public relations*

Aktivitas *public relations* memiliki kaitan dengan kampanye. Menurut Rice & Paisley kampanye adalah keinginan seseorang untuk mempengaruhi individu dan opini publik, kepercayaan, tingkah laku, minat, serta keinginan audiensi dengan daya tarik komunikator yang sekaligus komunikatif.

Kampanye *public relations* (*PR Campaign*) memiliki tujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (*target audience*) untuk mendapatkan perhatian dan menumbuhkan pandangan positif terhadap kegiatan dari lembaga atau organisasi (*corporate activities*) demi terciptanya kepercayaan dan citra yang positif dari masyarakat melalui penyampaian pesan mendalam dengan proses komunikasi dan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan. Dalam hal ini, aktivitas kampanye PR lebih fokus membangun sikap saling pengertian dan pemahaman melalui teknik persuasi kepada audiensnya.⁹

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teori strategi kampanye public relation menurut Harwood Childs, dikarenakan dalam teori ini memiliki relevansi yang kuat dengan masalah penelitian sehingga mampu memberikan gambaran kerja terkait dengan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan dan memahami aspek-aspek dalam strategi kampanye PR. Selain itu, teori ini juga sering diaplikasikan dalam penelitian sebelumnya dengan konsep penelitian serupa.

b. Strategi Kampanye *Public relations*

⁹ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public relations*. (Jakarta, Rajawali Pers, 2013). Hal 64-66

Menurut Harwood Childs, terdapat strategi dalam kegiatan *public relations* untuk merancang suatu pesan dalam bentuk informasi atau berita, yaitu sebagai berikut:¹⁰

- *Strategy Of Publicity*

Pelaksanaan kegiatan kampanye berfokus pada bentuk penyebaran pesan melalui proses publikasi berita dengan membangun hubungan kerja sama dengan berbagai media massa. Dalam mendapatkan perhatian khalayak, pesan dalam berita direkayasa sehingga menciptakan publisitas yang menguntungkan.

- *Strategy Of Persuasion*

Dalam sebuah kampanye kemampuan sugesti dan persuasi diperlukan untuk membujuk atau menggalang khalayak sehingga terjadinya perubahan pada opini publik dengan mengangkat aspek emosional dari sesuatu cerita, artikel, atau fituris berlandaskan *humanity interest*

- *Strategi Of Argumentation*

Penggunaan strategi ini membantu pihak *public relations* dalam menghadapi dan mengantisipasi serangan dari publik berupa tersebarnya berita negatif yang dapat menjatuhkan lembaga, organisasi/perusahaan. oleh karena itu, dalam hal ini praktisi *public relations* dituntut untuk menciptakan argumentasi yang rasional berupa fakta yang jelas agar perusahaan tetap dalam posisi yang menguntungkan.

- *Strategy Of Image*

¹⁰ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public relations*. (Jakarta, Rajawali Pers, 2013). Hal 54-55

Strategi ini dalam kegiatan kampanye diterapkan dalam rangka membentuk pesan berita positif yang dipublikasi ke khalayak yang bertujuan untuk menjaga citra lembaga atau perusahaan. Seperti tidak hanya menampilkan pemasaran produk tetapi juga dengan menampilkan kegiatan berupa kepedulian terhadap lingkungan dan sosial (*Humanity relations and social marketing*).

1.9.3 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, definisi operasional digunakan untuk menjabarkan arti atau spesifikasi terhadap penelitian yang dijalankan sehingga mempermudah peneliti untuk proses analisis data.

Definisi Konsep	Definisi Operasional
Strategi Kampanye <i>Public relations</i>	Upaya Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur dalam upaya menanggulangi masalah Stunting
<i>Strategy Of Publicity</i>	Menggali lebih dalam mengenai media yang diorientasikan kepada publik melalui media online atau media offline
<i>Strategy Of Persuasion</i>	Menggali lebih dalam tentang teknik persuasi yang digunakan dalam narasi dengan sifat tekstual atau simbolik pada konten/pesan yang disebarakan melalui media online maupun media offline. Dalam rangka memberikan pemahaman tentang isu stunting kepada masyarakat.
<i>Strategi Of Argumentation</i>	Menggali lebih detail tentang langkah dalam menangani berbagai isu/berita negatif dari publik mengenai strategi/program yang telah dijalankan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur dalam menanggulangi masalah stunting.

Strategy Image	Of	Bentuk strategi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur untuk menjaga citra lembaga terhadap program yang telah dijalankan.
-------------------	----	---

tabel 1. 3 Tabel Definisi Operasional