



PERAN KOMUNIKATOR PADA PROGRAM STUNTING "GELORA CINTA" DI DESA KEDUNGEMPOL MOJOSARI

Amilul Nofa Latansyah¹, Ratnaningrun Zusyana Dewi², Fatihatul Lailiyah³

¹Ilmu Komunikasi Universitas Islam Majapahit

²Ilmu Komunikasi Universitas Islam Majapahit

³Ilmu Komunikasi Universitas Islam Majapahit

E-mail: ilulami61@gmail.com

Article History:

Received: 10-07-2024

Revised :05-08-2024

Accepted:14-08-2024

Keywords: Komunikator;

Komunikasi Persuasif;

Program Stunting;

Perubahan perilaku

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikator pada program stunting "Gelora Cinta" di Desa Kedunggempol, Mojosari. Program stunting "Gelora Cinta" memiliki akronim Gerakan Pola Asuh Orang Tua Cegah Stunting Anak Balita yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan gizi dan kesehatan anak untuk mencegah terjadinya stunting pada balita. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, yaitu komunikasi persuasif dan Teori Perubahan Perilaku S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden yang mengikuti program tersebut. Populasi yang digunakan adalah sasaran program stunting "Gelora Cinta" di Desa Kedunggempol. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, yaitu total sampling atau sampling jenuh dimana seluruh populasi dijadikan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikator memainkan peranan penting dalam keberhasilan suatu program. Komunikator yang memiliki kredibilitas, meliputi keahlian dan kepercayaan, keterampilan dalam berkomunikasi, memiliki pengetahuan yang luas serta mempunyai daya tarik lebih efektif dalam memengaruhi perubahan sikap dan perilaku audiens mengenai stunting, seperti penyebab, faktor dan dampak jangka panjang balita yang berisiko stunting. Komunikator yang berhasil membangun kepercayaan dalam hubungan emosional dengan audiens dapat

PENDAHULUAN

Kondisi kekurangan gizi kronis seperti *Stunting* masih menjadi masalah kesehatan yang krusial yang harus dihadapi negara-negara berkembang, salah satunya Negara Indonesia (Evi Nuryuliyani, 2023). Menurut Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021 mengenai Percepatan Penurunan Stunting, stunting didefinisikan sebagai masalah pertumbuhan dan perkembangan anak yang disebabkan karena kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang. Hal tersebut ditandai dengan tinggi atau panjang badan anak di bawah standar yang telah ditetapkan oleh menteri kesehatan (Direktorat Bina Keluarga BKKBN, 2022). Kekurangan nutrisi selama masa pertumbuhan anak di usia dini dapat menghambat perkembangan fisik dan mental, bahkan berisiko menyebabkan kematian. Anak balita yang mengalami stunting berpotensi mengalami kerusakan permanen pada perkembangan kognitif, yang berdampak pada perkembangan intelektual, motorik, dan kemampuan bahasa yang tidak optimal (Zizi & Samosir, 2023). Anak-anak dengan status gizi stunting akan mengalami hambatan pertumbuhan hingga masa remaja, sehingga pertumbuhannya akan lebih rendah dibandingkan dengan remaja normal (Zizi & Samosir, 2023). Hingga saat ini, permasalahan gizi di Indonesia masih belum teratasi, dimana perkembangan sumber daya manusia (SDM) sangat dipengaruhi oleh faktor gizi (Riyadh, N. A., Batara, A. S., Nurlinda, 2023).

Pada tahun 2019 berdasarkan hasil Survei Status Gizi Indonesia angka stunting turun sebesar 6,1 persen dari 27,7 persen (SSGI, 2019) menjadi 24,4persen di tahun 2021 (SSGI, 2021) dan turun menjadi 21,6 persen di tahun 2022. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan, di tahun 2023 tercatat 21,5 persen yang artinya angka stunting dari tahun 2022 ke 2023 hanya turun 0,1 persen yakni dari 21,6% di tahun 2022. Walaupun angka prevalensi stunting ada penurunan, hal ini masih menjadi tantangan pemerintah karena target prevalensi stunting apabila mengacu pada RPJMN (Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Nasional) tahun 2020-2024 ialah sebesar 14 persen di tahun 2024. Maka dari itu, pemerintah harus bekerja lebih keras lagi untuk mencapai target nasional tersebut.

Pemerintah Kabupaten Mojokerto melakukan inovasi dengan diadakannya Program stunting "Gelora Cinta", Gerakan Pola Asuh Orang Tua Cegah Stunting Anak Balita yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya gizi seimbang pada anak. Program "Gelora Cinta" dalam Pusyangatra (Pusat Pelayanan Keluarga Sejahtera) yang ditetapkan melalui Surat Keputusan Kepala Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Mojokerto nomor 188.45/2980/416-108/2023 memiliki tugas pokok dan wewenang yang meliputi, memberikan pelayanan Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera berupa konsultasi, konseling dan pelatihan sesuai dengan keahlian dan kompetensi masing-masing. Program "Gelora Cinta" dilakukan dengan pendekatan konseling dan tanya jawab, dimana inovasi dari program ini adalah konselor /narasumber/komunikator

mendatangi lokasi yang menjadi tujuan program tersebut yang dilaksanakan pada setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Mojokerto secara bergantian. Selain itu inovasi dari program ini adalah lebih mendekati sasaran dan sasarannya lebih banyak karena dalam sekali kegiatan sasarannya meliputi ibu hamil, ibu balita, calon pengganti serta wanita usia subur.

Keberhasilan dalam program ini sangat bergantung pada efektivitas komunikasi antara program dengan masyarakat sasaran. Dalam pelaksanaan program tersebut, agar tercapai tujuan komunikasi yang efektif, dalam melakukan kegiatan komunikasi harus memperhatikan komponen-komponen dalam proses komunikasi diantaranya, komunikator/sumber/pembicara, pesan, media, komunikan, dan efek (Suryanto, 2015). **Komunikator**, merupakan individu yang mengawali proses komunikasi, sebagai sumber pernyataan umum, dan pihak yang menyampaikan pesan kepada orang lain (Suryanto, 2015). Komunikator dalam suatu program atau proses komunikasi harus memenuhi beberapa persyaratan khusus, baik dari segi kepribadian maupun kinerja kerja agar pesan yang disampaikan berhasil. Berikut syarat untuk komunikator (Ruben dan Stewart, 1998: 105-109): 1. Mempunyai kedekatan dengan sasaran 2. Memiliki kesamaan serta daya tarik sosial dan fisik (seorang komunikator cenderung mendapatkan perhatian apabila penampilan fisik mempunyai daya tarik bagi komunikan), 3. Kesamaan yang meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, usia, agama, latar belakang, hobi serta kemampuan dalam berbahasa, 4. Kredibilitas dan otoritas, 5. Pandai dalam menyampaikan pesan, 6. Dikenal karena kekuasaan, status serta kekuasaannya (Suryanto, 2015).

Selain persyaratan tersebut, hal-hal yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator untuk memastikan komunikasi yang berhasil adalah sebagai berikut: pertama, Mempunyai kredibilitas bagi komunikannya; Kredibilitas adalah keahlian seorang komunikator atau kepercayaan yang diberikan oleh audiens kepada komunikator tersebut. Kredibilitas merupakan serangkaian persepsi yang dimiliki oleh komunikan terhadap komunikator. Kedua, terampil dalam berkomunikasi; ketiga, memiliki wawasan yang luas; Keempat, serta mempunyai daya tarik yang berarti komunikator mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau menambah pengetahuan pada diri komunikan (Suryanto, 2015).

Pesan, merupakan rangkaian tanda yang dibuat oleh seseorang untuk saluran tertentu dengan harapan tanda atau simbol tersebut akan menyampaikan atau menghasilkan makna tertentu bagi orang yang diajak berkomunikasi. Menurut A.W. Widjaja bentuk pesan dibagi menjadi 3 diantaranya bentuk pesan informatif, persuasif dan koersif (Widjaya, 1986). **Media/Channel**, Media komunikasi adalah semua alat yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengolah, mendistribusikan, atau menyampaikan informasi. Berdasarkan bentuknya media dibagi menjadi 4, yaitu media cetak, media visual, media audio, dan media audio visual aid (AVA). **Komunikan**, Komunikasi hanya dapat terjadi apabila ada komunikan. Faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi yang perlu diperhatikan adalah kerangka pengetahuan (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experience*) komunikan (Suryanto, 2015). Dengan adanya wawasan yang luas pendengar akan cepat menangkap informasi yang disampaikan karena mudah menafsirkan pesan yang dimaksud.

Efek, Efek merupakan hasil akhir dari proses komunikasi, yang mencakup sikap dan perilaku individu yang menjadi target komunikasi. Apabila sikap dan perilaku tersebut sesuai dengan yang diharapkan, maka komunikasi dianggap berhasil. Menurut (Effendy, 1998) Onong Uchyana Effendy (2005), efek dalam komunikasi personal dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, Pendapat pribadi (*Personal opinion*) merujuk pada pendapat pribadi, yang merupakan hasil dari proses komunikasi. Personal opinion mencerminkan sikap dan pandangan seseorang terhadap suatu isu tertentu. Kedua, Pendapat umum (*Public opinion*) adalah pendapat yang berkembang di masyarakat. Ini merupakan penilaian sosial mengenai suatu hal yang penting, yang terbentuk melalui pertukaran pikiran yang dilakukan secara sadar dan rasional oleh individu-individu. Ketiga, Pendapat publik (*Majority opinion*) adalah pandangan yang dianut oleh mayoritas publik atau masyarakat. Pencapaian mayoritas ini menjadi tujuan utama dalam suatu komunikasi, di mana keberhasilan komunikasi diukur berdasarkan kemampuan untuk mencapai mayoritas pendapat di kalangan komunikan.

Diantara komponen komunikasi tersebut, peran komunikator sangat krusial karena komunikator bertanggung jawab untuk merancang dan menyampaikan pesan yang dapat dipahami dan diterima oleh audiens, serta mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Bentuk dan isi pesan dalam sebuah komunikasi sangat bergantung pada komunikator. Seorang komunikator yang terampil dapat membuat komunikasi lebih menarik dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh audiens (Herwandito, 2015). Sebagai contoh, seorang dokter yang memiliki pengetahuan luas dan keahlian mendalam di bidangnya, namun, jika dokter tersebut tidak pandai berkomunikasi, pasien bisa merasa diabaikan. Pasien yang merasa tidak puas juga mungkin akan mempertimbangkan untuk mencari pendapat kedua (Rachmawati, 2020). Kemampuan komunikasi yang akan dibahas pada penelitian ini adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku individu agar bertindak sesuai dengan harapan komunikator. Herbert W. Simons, dalam buku "*Persuasion: understanding, practice, and analysis (1976)*" mendefinisikan persuasi sebagai "komunikasi manusia yang dirancang untuk memengaruhi orang lain dengan memodifikasi kepercayaan, nilai, dan sikap mereka".

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pesan persuasif meliputi; Kredibilitas tinggi dari sumber pesan atau komunikator, Keandalan dan rasionalitas pesan, Pengaruh dari lingkungan sekitar serta Pemahaman dan kesinambungan pesan yang disampaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunikator pada program stunting "Gelora Cinta" yang diselenggarakan di Desa Kedunggempol, Mojosari dengan mengguakan teori komunikasi persuasif dan teori perubahan perilaku. Teori persuasif, bertujuan untuk mempengaruhi orang lain baik secara verbal maupun non verbal. Adpaun Ruang lingkup komunikasi persuasif meliputi komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Dalam konteks program ini masuk dalam komunikasi organisasi karena mencakup lembaga pemerintahan yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku sasaran. Sementara itu Teori

komunikasi perubahan perilaku, salah satunya teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon), berasumsi bahwa perubahan perilaku dipengaruhi oleh kualitas rangsangan (stimulus) yang berinteraksi dengan organisme. Ini berarti bahwa keberhasilan perubahan perilaku pada individu, kelompok, atau masyarakat sangat bergantung pada kualitas sumber komunikasi, seperti kredibilitas, kepemimpinan, dan gaya berbicara (Irwan, 2017).

Dengan demikian berdasarkan latar belakang pada uraian diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana peran komunikator pada program stunting "Gelora Cinta" di Desa Kedunggempol, Mojosari. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peran komunikator program Stunting "Gelora Cinta" di Desa Kedunggempol, Mojosari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dimana metode ini digunakan untuk meneliti atau mempelajari populasi maupun sampel tertentu, mengumpulkan data yang sudah didapatkan dengan menggunakan instrumen penelitian. Selanjutnya data dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2016). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yaitu suatu pendekatan yang mempelajari sejumlah besar individu yang digunakan untuk mengumpulkan data pada lokasi tertentu melalui penyebaran kuesioner, tes dan juga wawancara terstruktur. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui Peran Komunikator Program Stunting "Gelora Cinta" di Desa Kedunggempol Kecamatan Mojosari.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjadi sasaran Program Gelora Cinta meliputi ibu hamil, ibu dengan balita dan wanita usia subur yang berjumlah 50 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, yaitu total sampling. Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi tiap-tiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Sampel jenuh atau total sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara mengambil sampel dari seluruh anggota populasi. Populasi dan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah semua sasaran Program Gelora Cinta dengan populasi sebanyak 50 responden meliputi ibu hamil, ibuidengan balita dan wanita usia subur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dibawah ini merupakan hasil sebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden yang mengikuti program stunting "Gelora Cinta" di Desa Kedunggempol, Mojosari. Hasil penelitian ini akan dianalisis menggunakan kuantitatif deskriptif dan juga triangulasi sumber untuk mendukung temuan data di lapangan. Berikut hasil pengolahan data berdasarkan hasil uji T atau parsial:

Tabel 1. Hasil Analisis Uji T Parsial Program Gelora Cinta pada Perubahan Perilaku Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.248	3.274		5.268	.000
Program Gelora Cinta	.371	.050	.730	7.404	.000

a. Dependent Variable: Perubahan Perilaku

Sumber: Olah data dari SPSS versi 22.0

Dari hasil Uji T pada tabel 1. diketahui bahwa Program stunting “Gelora Cinta” bertanda positif dengan nilai t-hitung 7,404 dengan t-tabel 2,010. t-tabel diperoleh dari perhitungan $[\alpha/2; (df=n-k-1)] \alpha=0,05$. Sehingga diperoleh hasil $t(0,025;48) = 2,010$.

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, 7,404 lebih besar dari 2,010. Sedangkan nilai sig diperoleh 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Program stunting “Gelora Cinta” secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan perilaku.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji diatas, proses komunikasi dalam keberhasilan program stunting “Gelora Cinta” dalam mengubah dan mempengaruhi perilaku masyarakat tidak terlepas dari unsur-unsur dalam proses komunikasi diantaranya, komunikator, pesan, media, komunikan dan efek yang ditimbulkan. Dalam memahami keberhasilan program tersebut, analisis peran komunikator menjadi sangat krusial. Komunikator bertanggung jawab untuk menjadi penghubung antara pesan yang disampaikan dalam sebuah program dan sasaran program. Komunikator adalah salah satu elemen penting dalam komunikasi. Komunikator yang efektif sangat berperan dalam keberhasilan program-program pembangunan (Rasyid, 2020).

Syarat-syarat komunikator yang perlu diperhatikan agar komunikasinya berhasil dalam buku (Suryanto, 2015) terdapat empat persyaratan diantaranya; pertama komunikator mempunyai kredibilitas yang tinggi. Kredibilitas mencakup dua aspek utama: pertama, kredibilitas adalah persepsi yang dimiliki oleh komunikan, sehingga tidak melekat pada diri komunikator. Kedua, kredibilitas terkait dengan karakteristik komunikator yang dikenal sebagai komponen kredibilitas. Kredibilitas bergantung pada siapa yang melakukan persepsi, topik yang dibahas, dan situasi yang ada. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tentang komunikator sebelum komunikasi terjadi disebut *prior ethos* (Anderson, 1987). Sumber komunikasi mendapatkan *prior ethos* karena membentuk persepsi tentang komunikator melalui pengalaman langsung atau pengalaman tidak langsung, seperti melalui interaksi yang panjang dengan komunikator dan memahami integritas pribadinya, atau sering melihat atau mendengarnya di media massa. Dua komponen kredibilitas yang paling penting adalah: (1) keahlian, yaitu kesan komunikan tentang kemampuan komunikator dalam kaitannya dengan topik yang dibahas; (2) kepercayaan, yaitu kesan komunikan tentang karakter komunikator.

Komunikator dalam program stunting “Gelora Cinta” diketahui adalah Bupati Mojokerto, Ikfina Fahmawati. Komunikator diketahui memiliki kedua komponen diatas, pertama komunikator mempunyai keahlian sesuai dengan topik yang dibahas yaitu, stunting. Komunikator juga memiliki figur seorang doktor, sehingga informasi yang disampaikan kepada khalayak dapat dipertanggungjawabkan karena sesuai dengan

keahlian. Kedua, kepercayaan, komunikator yang juga seorang Bupati mampu meningkatkan kepercayaan pada diri komunikan atas informasi yang diberikan dalam hal ini tentang pola asuh pada anak untuk mencegah stunting karena komunikator dapat dipercaya.

Kedua, terampil dalam berkomunikasi. Pesan-pesan yang disampaikan komunikator yang merupakan sosok Bupati memiliki keterampilan dalam berkomunikasi karena seorang Bupati memiliki kemampuan beretorika yang baik sehingga pesan yang disampaikan jelas dan mampu mempengaruhi audiens untuk mencermati apa yang disampaikan dalam program tersebut. Tidak hanya itu, komunikator juga aktif mendengarkan dan memberikan *feedback* ketika sasaran/audiens mengajukan pertanyaan kepada komunikator. Ketika menjawab pertanyaan audiens, komunikator juga menyampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti menggunakan bahasa yang sesuai dengan audiens (dalam hal ini mengkombinasikan bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa).

Ketiga, memiliki wawasan yang luas, sebagai seorang Bupati, tentunya mempunyai pemahaman yang mendalam dan menyeluruh tentang topik yang dibahas, dalam hal ini mengenai stunting didukung dengan figurnya sebagai seorang doktor sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat relevan. Tidak hanya mengetahui fakta-fakta dasar, namun juga bagaimana informasi tersebut berhubungan dengan isu-isu masa kini atau fenomena yang terjadi di masyarakat.

Keempat, mempunyai daya tarik, artinya komunikator mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau menambah pengetahuan pada diri komunikan. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan komunikator adalah komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang agar mereka bertindak sesuai dengan harapan komunikator (Suryanto, 2015). Pertama, kepercayaan, untuk meyakinkan dan menambah pengetahuan komunikan, komunikator dalam konteks program stunting, memberikan data dan fakta seperti, pengertian, penyebab, dan dampak jangka panjang balita yang berisiko stunting. Kedua, mempengaruhi sikap, komunikator mempengaruhi sikap audiens dengan cara menggunakan emosi audiens melalui cerita dan contoh-contoh nyata yang relevan dengan pengalaman audiens. Selain itu, komunikator juga mengubah cara memandang suatu masalah, misalnya, terkait pola makan anak, dalam hal ini komunikator, menghimbau agar orang tua menertibkan waktu makan pada anak. Sebagai contoh: komunikator, mengatakan, "*maka, biasakan tertib makan, sebelum makan setidaknya dua jam sebelum makan jangan dikasih makanan yang mengenyangkan*" dikutip dari laman <https://kominfo.jatimprov.go.id/> . Ketiga, mempengaruhi perilaku, komunikator mempengaruhi perilaku dengan membangun kebiasaan, menunjukkan contoh perilaku yang diinginkan, misalnya "*Jadi dua jam sebelum makan bikin perutnya kosong, bikin dia lapar. jangan dikasih susu, minum air putih, sirup, cemilan coklat atau biskuit. Bikin dia lapar, nanti jam makan bersama keluarga itu lapar, dia akan menirukan kalau orang tuanya makan*" dikutip dari <https://kominfo.jatimprov.go.id/> .

KESIMPULAN

Komunikasi persuasif ditujukan untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bertindak sesuai dengan kehendak komunikator. Faktor yang menentukan keberhasilan komunikasi persuasive salah satunya adalah sumber atau komunikator yang memiliki kredibilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikator pada program stunting "Gelora Cinta" di Desa Kedunggempol, Mojosari. Berdasarkan hasil analisis penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa, komunikator memegang peranan penting karena bertanggungjawab dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Pertama, kredibilitas komunikator mencakup keahlian dan kepercayaan, yang terbukti menjadi faktor keberhasilan membangun kepercayaan terhadap pesan program. Komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi berhasil mempengaruhi perubahan perilaku terlebih dalam konteks program stunting ini, komunikator memiliki figur sebagai seorang dokter sehingga kepercayaan audiens meningkat. Kedua, terampil dalam berkomunikasi, sebagai seorang Bupati tentunya terbiasa dalam menggunakan teknik retorika dan persuasi untuk mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku audiens. Ketiga, memiliki wawasan yang luas, komunikator tidak hanya menjadi pengirim pesan, namun juga mampu menjadi agen perubahan yang efektif, membantu masyarakat memahami serta mempraktikkan kiat-kiat mencegah stunting pada anak. Keempat, mempunyai daya tarik, daya tarik komunikator meliputi kredibilitas, strategi komunikasi yang digunakan, karakteristik pribadi seperti karismatik, penampilan serta bahasa tubuh. Adanya daya tarik pada diri komunikator, menjadikan komunikator lebih efektif dalam mempengaruhi perubahan dan meningkatkan pengetahuan audiens. Secara keseluruhan, kredibilitas, keterampilan berkomunikasi, pengetahuan yang luas serta daya tarik menjadi faktor kunci keberhasilan program ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Anderson, J. A. (1987). *Communication Research: Issues and Methods*. In *Pustaka Setia Bandung*. McGraw-Hill.
- [2] Direktorat Bina Keluarga BKKBN. (2022). *Buku Saku AKS*.
- [3] Effendy, O. U. (1998). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (T. Surjaman (ed.); Keduabelas). PT Remaja Rosdakarya.
- [4] Evi Nuryuliyani. (2023). Mengenal Lebih Jauh tentang Stunting. *Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan*. [https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2657/mengenal-lebih-jauh-tentang-stunting#:~:text=Stunting masih menjadi masalah serius,sebelumnya yaitu 24%2C4%25](https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2657/mengenal-lebih-jauh-tentang-stunting#:~:text=Stunting%20masih%20menjadi%20masalah%20serius,sebelumnya%20yaitu%2024%25).
- [5] Herwandito, S. (2015). Studi Pada Pembuatan Pesan Pada Kesenian Wayang Waton Oleh Komunikator. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 4(1), 76–102.
- [6] Irwan. (2017). *Etika dan Perilaku Kesehatan*. Absolute Media.
- [7] Rachmawati, T. S. (2020). Peran tenaga kesehatan puskesmas sebagai komunikator dalam program indonesia sehat dengan pendekatan keluarga. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.25139/jkp.v4i1.2370>
- [8] Rasyid, A. (2020). Efektivitas Peran Komunikator Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan PTPN V di Pekanbaru.

- JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 2(1), 26–35. <https://doi.org/10.25077/joseta.v2i1.218>
- [9] Riyadh, N. A., Batara, A. S., Nurlinda, A. (2023). Efektivitas Kebijakan dalam Pelaksanaan Program Penanggulangan Stunting di Kabupaten Enrekang. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)* 2023, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.52103/jmch.v4i1.1188>JournalHomepage:<https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch>
- [10] Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue April).
- [11] Suryanto. (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cetakan ke). CV PUSTAKA SETIA.
- [12] Widjaya, H. A. W. (1986). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Bina Aksara.
- [13] Zizi, A., & Samosir, L. (2023). Efektivitas Program Percepatan Penurunan Stunting di Kepulauan Riau. *Journal JAPS*, 4, 50–59. <https://doi.org/10.46730/japs.v4i2.105>