

AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Cegahstunting SEBAGAI MEDIA EDUKASI STUNTING

Sekar De Putri^{1*}, Denik Iswardani Witarti²

^{1,2}Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, FKDK, Universitas Budi Luhur, Indonesia

*Korespondensi: 2371600145@student.budiluhur.ac.id

Citation (APA):

De Putri, S., & Witarti, D. I. (2024). Akun Media Sosial Instagram @Cegahstunting Sebagai Media Edukasi Stunting. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 194–203. <https://doi.org/10.33506/jn.v10i1.3458>

Email Authors:

2371600145@student.budiluhur.ac.id
denik.iswardani@budiluhur.ac.id

Submitted: 31 Mei 2024

Accepted: 07 Juni, 2024

Published: 30 Juni, 2024

Copyright (c) 2024 Sekar De Putri, Denik Iswardani Witarti

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



ABSTRAK

Stunting merupakan masalah gizi nomor 1 di Indonesia yang masih menjadi permasalahan dan perhatian di skala nasional. Wakil Menteri Kesehatan RI Prof. dr. Dante Saksono Harbuwono mengatakan pemerintah menargetkan kasus *stunting* turun hingga 14% di tahun 2024. Pemerintah pusat maupun daerah telah melakukan berbagai upaya penanganan *stunting*, hingga beberapa tenaga kesehatan pun melakukan tugasnya dalam mengedukasi masyarakat tentang *stunting*, salah satunya yaitu Dr.dr. Brian Sriprahastuti, MPH yang mengedukasi tentang pencegahan dan penanganan *stunting* melalui akun media sosial Instagram @cehahstunting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana penggunaan akun media sosial Instagram @cehahstunting sebagai media edukasi *stunting*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Observasi yang dilakukan oleh peneliti berupa observasi partisipan. Hasil dari penelitian ini adalah akun Instagram @cehahstunting merupakan akun media sosial yang aktif menyajikan konten edukasi tentang cara pencegahan dan penanganan *stunting*. Kehadiran akun @cehahstunting ini dapat menjadi sebuah media rujukan dalam pemenuhan informasi edukasi mengenai *stunting*, dan keleluasaan penggunaan media sosial Instagram membuat akun @cehahstunting dapat menjadi media edukasi yang efektif.

Kata kunci: Stunting; Edukasi; Media Sosial Instagram

ABSTRACT

Stunting is the number 1 nutritional problem in Indonesia which is still a problem and concern on a national scale. Deputy Minister of Health of the Republic of Indonesia Prof. Dr. Dante Saksono Harbuwono said the government is targeting stunting cases to fall by 14% by 2024. The central and regional governments have made various efforts to deal with stunting, so that several health workers have also carried out their duties in educating the public about stunting, one of which is Dr.dr. Brian Sriprahastuti, MPH who educates about preventing and handling stunting through the Instagram social media account @cehahstunting. This research uses a qualitative approach with descriptive analysis methods. Observations carried out by researchers were in the form of participant observation. The results of this research are that the Instagram account @cehahstunting is a social media account that actively provides educational content about how to prevent and treat stunting. The presence of the @cehahstunting account can be a reference medium for providing educational information about stunting, and the freedom to use social media Instagram makes the @cehahstunting account an effective educational medium.

Keywords: Stunting; Education; Instagram Social Media

PENDAHULUAN

Stunting menurut WHO (2015) adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan anak akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, yang ditandai dengan panjang atau tinggi badan yang berada di bawah standar. Kemudian pada 2020 definisi *stunting* dari WHO pun mengalami perubahan, yaitu pendek atau sangat pendek berdasarkan panjang/tinggi badan menurut usia yang kurang dari -2 Standar Deviasi (SD) pada kurva pertumbuhan WHO yang terjadi dikarenakan kondisi *irreversible* akibat asupan

nutrisi yang tidak adekuat dan/atau infeksi berulang/kronis yang terjadi dalam 1.000 Hari Pertama Kelahiran (HPK).

Dengan penjabaran di atas, maka *stunting* adalah masalah gizi kronis akibat kurangnya asupan gizi dalam jangka waktu yang panjang sehingga mengakibatkan terganggunya pertumbuhan pada anak. *Stunting* juga menjadi salah satu penyebab tinggi badan anak terhambat, sehingga terlihat lebih rendah dibandingkan dengan anak-anak seusianya. Biasanya, masyarakat menganggap kondisi tubuh pendek merupakan faktor genetika dan tidak ada kaitannya dengan masalah kesehatan. Faktanya, faktor genetika pengaruhnya sangat kecil terhadap kondisi kesehatan seseorang dibandingkan dengan faktor lingkungan dan pelayanan kesehatan. Pada umumnya, *stunting* mulai terjadi saat anak masih berada dalam kandungan dan terlihat saat mereka memasuki usia dua tahun.

Unicef merilis laporan level malnutrisi anak edisi 2021. Laporan itu mengungkap kondisi jutaan anak-anak yang kegemukan, kurang nutrisi, hingga *stunting* di dunia diperkirakan ada 149,2 juta anak-anak yang mengalami *stunting*. Angka itu setara 22 persen anak-anak balita di dunia pada 2020. Berdasarkan estimasi UNICEF, ada 31,8 persen anak *stunting* di Indonesia, sehingga meraih predikat *very high* (sangat tinggi).

Dikutip dari web resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Kemenkes mengumumkan hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) pada Rapat Kerja Nasional BKKBN yang diselenggarakan pada Januari 2023 lalu, dimana prevalensi *stunting* di Indonesia turun dari 24,4% di tahun 2021 menjadi 21,6% di tahun 2022. Wakil Menteri Kesehatan RI Prof. dr. Dante Saksono Harbuwono mengatakan pemerintah menargetkan kasus *stunting* turun hingga 14% di tahun 2024. Untuk mengejar target tersebut, Kemenkes melakukan intervensi dengan pendekatan gizi spesifik. (<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20230125/3142280/prevalensi-stunting-di-indonesia-turun-ke-216-dari-244> 25 Januari 2023, diakses tgl 30 Desember 2023.)

Kemudian Presiden RI Joko Widodo menambahkan dalam forum tersebut bahwa *stunting* bukan hanya tentang urusan tinggi badan tetapi yang paling berbahaya adalah rendahnya kemampuan anak untuk belajar, keterbelakangan mental, dan yang ketiga munculnya penyakit-penyakit kronis. Beliau mengarahkan untuk infrastruktur dan lembaga yang ada harus digerakkan untuk memudahkan menyelesaikan persoalan *stunting* ini. Dimulai dari lingkungan yaitu air bersih, sanitasi, dan rumah yang sehat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi dari penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan dalam melaksanakan penelitian ini. Pada penelitian pertama yang dilakukan oleh Nur Mistari dan Robbi Rahim (2023) dengan judul "Pemanfaat Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Stunting untuk Ibu Hamil". Peneliti menemukan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi *stunting* dengan video animasi dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pertumbuhan anak yang sehat dan pencegahan *stunting*. Keuntungan seperti aksesibilitas yang luas, efektivitas visual, kreativitas, viralitas, dan dukungan komunitas dapat memperkuat pengaruh konten edukasi stunting dan berkontribusi dalam upaya global untuk mengatasi stunting dan meningkatkan kesehatan anak secara keseluruhan.

Penelitian kedua yaitu jurnal yang berjudul “Edukasi Kesehatan Melalui Media Sosial dan Webinar tentang Upaya Pencegahan *Stunting*” oleh Sukmawati, Nurhakim, Mamuroh, dan Mediani (2022). Hasil dari pembahasan penelitian tersebut bahwa kebutuhan informasi yang akurat, tepat, dan terbaru semakin dibutuhkan seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat saat ini, Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dan merupakan media sosial yang relatif mudah digunakan baik bagi penyelenggara maupun peserta, Oleh karena itu media sosial Instagram dapat dijadikan salah satu alternatif untuk memberikan edukasi tentang pencegahan *stunting*.

Sejak awal, platform media sosial telah dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai sarana untuk berkontribusi dengan mudah, berbagi dan bertukar ide dengan informasi di berbagai komunitas virtual. Terlebih lagi, dengan berkembangnya ide melalui pembuatan blog, podcast, video, dan berbagai situs game. Media sosial juga digunakan untuk mendokumentasikan kegembiraan, pendidikan, dan eksplorasi; mempromosikan diri sendiri; dan mempererat persahabatan. Pengguna media sosial dapat berperan aktif dalam memutuskan platform mana yang akan digunakan, dan bagaimana memanfaatkannya Jay G. Blumler, 1974 dalam (Mistari & Rahim 2023).

Mengutip dari *goodstat.id* pada survey media sosial yang paling banyak digunakan oleh warganet di Indonesia sepanjang tahun 2022 menunjukkan bahwa Instagram berada di peringkat kedua yang paling banyak digunakan oleh warganet dengan persentase 85,5%. Media sosial Instagram merupakan platform berbasis gambar dan video pendek, ini lah yang menjadikannya ideal untuk menyajikan konten-konten berupa edukasi.

Seperti pada akun Instagram dengan nama pengguna *@cegahstunting* yang memiliki 14,7K *followers* atau setara dengan 14.700 pengikut. Pada tampilan profil akun tersebut, tertera di bio bahwa akun ini adalah akun *Non-Governmental Organization (NGO)* dan berkolaborasi dengan AMSA-Indonesia, dan juga termasuk dari bagian CIMSA (*Center for Indonesian Medical Student Activities*) Nasional, yang dikelola langsung oleh Dr.dr. Brian Sriprahastuti, MPH.

Dengan adanya akun media sosial Instagram *@cegahstunting* para ibu yang sedang hamil atau para ibu yang memiliki balita yang tergabung sebagai pengikut akun Instagram tersebut dapat dengan mudah berkomunikasi, mencari dan bertukar informasi tentang bagaimana pencegahan dan penanganan *stunting*. Pada penelitian ini, peneliti mencoba menjawab pertanyaan mengenai bagaimana pemanfaatan akun instagram sebagai media edukasi khususnya edukasi tentang *stunting* yang dilakukan oleh akun instagram *@cegahstunting*.

Untuk membedah seperti apa pemanfaatan akun media sosial Instagram *@cegahstunting* sebagai media edukasi tentang *stunting*, penelitian ini menggunakan teori penggunaan dan kepuasan atau yang biasa dikenal dengan *uses and gratification theory*. *Uses and gratification* dipahami sebagai seperangkat konsep yang menjadi dasar hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. Menurut Zamzami (2022), *Uses and gratification* lebih berorientasi pada psikologis dalam arti merupakan cara untuk meningkatkan pemahaman publik tentang fungsi psikologis penggunaan media.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Observasi yang dilakukan oleh peneliti berupa observasi partisipan, dimana peneliti melakukan proses pengamatan dengan ikut menjadi bagian dalam kehidupan objek penelitian untuk mendapatkan hasil observasi yang akurat. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme, menurut (Guba.1990) dalam Agus salim 2006 adalah dimana pengetahuan merupakan hasil konstruksi manusia dan tidak pernah dipertanggungjawabkan sebagai kebenaran yang tetap, tetapi merupakan permasalahan yang selalu berubah. Dengan kata lain, aktivitas manusia merupakan aktivitas mengkontruksi realitas, di mana hasilnya tidak menjadi kebenaran yang tetap tetapi selalu berkembang terus. Dalam penelitian ini, peneliti turut serta mengikuti akun instagram *@cegahstunting* untuk mengamati secara langsung postingan yang dimiliki serta melihat respon dari pengikut akun Instagram tersebut lebih dekat. Subjek penelitian ini adalah pengikut akun instagram *@cegahstunting*. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah aliran informasi melalui teks dalam implementasi *new media* yakni postingan pada akun instagram *@cegahstunting* dalam mengedukasi pengikutnya tentang pencegahan dan penanganan *stunting*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun media sosial instagram *@cegahstunting* merupakan salah satu media yang digunakan untuk melakukan penyebaran informasi dan edukasi melalui pesan yang termuat dalam sebuah konten media sosial. Akun *@cegahstunting* menyajikan beragam jenis konten edukasi tentang *stunting* yang dapat diakses oleh para pengikutnya dengan konten yang variatif. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi terhadap profil dan konten-konten yang dimuat langsung pada akun media sosial instagram *@cegahstunting*, berikut merupakan hasil pengamatan peneliti mengenai konten akun instagram *@cegahstunting*:

Gambar: I Profil Akun Instagram *@cegahstunting*



Sumber: Dokumen Penelitian 2023

Akun Instagram @cegahstunting dibuat pada Agustus 2018, hingga Mei 2024 kini telah mengunggah sebanyak 360 postingan. Akun @cegahstunting merupakan salah satu media yang digunakan untuk melakukan penyebaran informasi dan edukasi melalui pesan yang termuat dalam sebuah konten media sosial. Akun @cegahstunting menyajikan beragam jenis konten edukasi tentang *stunting* yang dapat diakses oleh para pengikutnya yang saat ini berjumlah 14,700 ribu dengan konten-konten yang bervariasi.

Akun Instagram @cegahstunting ini merupakan *Non-Governmental Organization* atau NGO. Menurut Nugroho (2001) NGO merupakan suatu lembaga, kelompok, atau organisasi yang aktif dalam mengupayakan pemberdayaan masyarakat dan pembangunan terutama pada lapisan masyarakat bawah. Akun Instagram @cegahstunting juga berkolaborasi dengan AMSA-Indonesia yang merupakan organisasi *non-profit* terdiri dari mahasiswa kedokteran se-Indonesia, dan merupakan bagian dari AMSA *International*. Serta, akun ini juga termasuk dari bagian CIMSA (*Center for Indonesian Medical Student Activities*) Nasional. Akun Instagram @cegahstunting dikelola langsung oleh Dr. dr. Brian Sriprahastuti, MPH yang merupakan seorang dokter tenaga ahli utama kantor Staf Presiden.

Penggunaan Akun Instagram @cegahstunting Sebagai Media Edukasi

Postingan pertama yang dibagikan oleh akun Instagram @cegahstunting adalah pada September 2018 lalu, hal pertama yang di bagikan ialah tentang seberapa penting mencegah *stunting* pada anak. Di lihat dari postingannya, akun ini juga aktif dalam mengkampanyekan tentang pencegahan *stunting* hingga turun lapangan ke *event-event* besar seperti *car free day*.

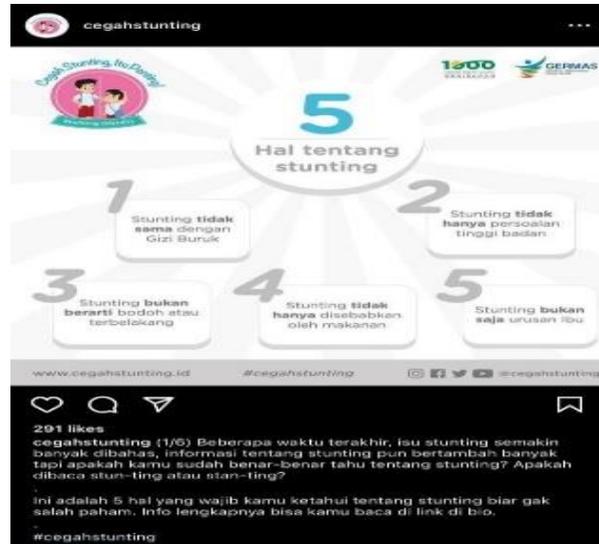
Gambar 1. Desain Poster Aktivitas @cegahstunting



Sumber: Dokumen Penelitian 2023

Kemudian pada postingan lainnya, akun @cegahstunting memposting tentang 5 hal atau *point* penting terkait *stunting*. Pada kolom *caption* dituliskan bahwa semakin banyak isu *stunting* dibahas maka semakin banyak juga informasi tentang *stunting*. Motif pada postingan di atas adalah untuk meluruskan bagaimana definisi *stunting* yang sebenarnya agar masyarakat benar-benar memahami seperti apa itu *stunting*.

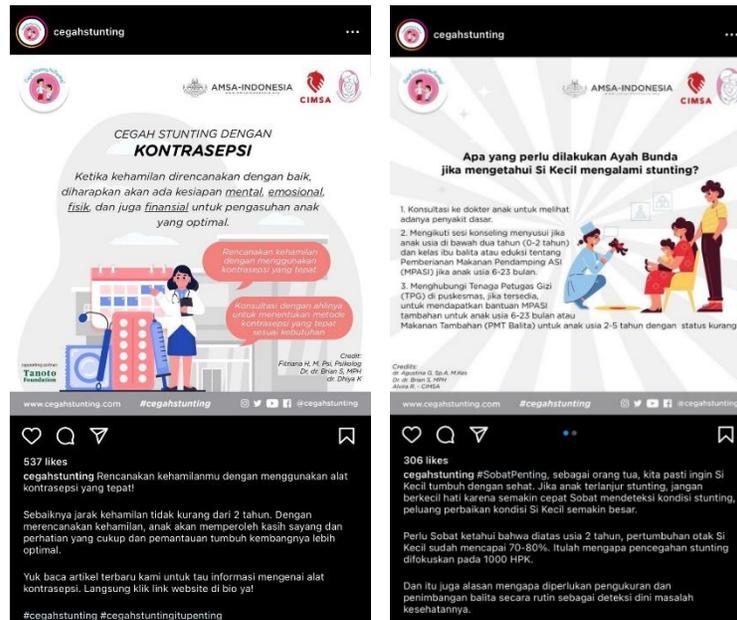
Gambar: III Postingan Akun Instagram @cegahstunting tentang Informasi Stunting



Sumber: Dokumen Penelitian 2023

Konten-konten yang dimuat dalam akun Instagram @cegastunting menjabarkan tentang informasi dan edukasi mengenai apa itu definisi dan pengertian dari *stunting*, kemudian di iringi pula dengan informasi dan edukasi mengenai bagaimana pencegahan *stunting* dan penanganannya.

Gambar: IV Postingan Akun Instagram @cegahstunting Tentang Cegah Stunting dan Penanganannya



Sumber: Dokumen Penelitian 2023

Setelah memberikan informasi mengenai apa itu *stunting*, kini yang dibagikan oleh akun @cegahstunting adalah edukasi tentang tindakan apa yang seharusnya orangtua lakukan saat mengetahui jika anak mereka mengalami *stunting*. Penulis melihat adanya peluang yang besar untuk menjadikan media sosial instagram sebagai media edukasi *stunting* mengingat seberapa banyak fitur-fitur yang ada didalamnya. Akun Instagram @cegahstunting tidak hanya memberikan informasi dan edukasi melalui

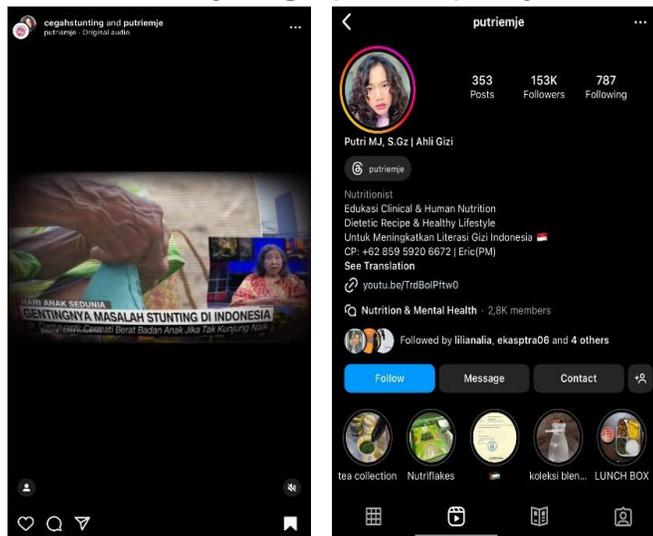
postingan *feeds* saja, melainkan melalui fitur *Instagram stories* dan memberikan ruang *Questions and Answer* atau Q&A dengan para pengikut akun tersebut.

Pemilihan media informasi edukasi saat ini sangat diperlukan, guna menunjang kebutuhan dan target pencapaian menyeluruh ke seluruh Indonesia, media sosial adalah media paling efektif untuk menyebarkan informasi dengan melampaui ruang dan waktu karena berdasarkan laporan *We Are Social* pengguna media sosial Instagram di Indonesia mencapai 104,8 juta pengguna pada Oktober 2023. Pengguna media saat ini memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Biasanya para pengguna media memilih suatu media karena kebutuhan secara psikologis dan sosial masing-masing.

Feedback Kepuasan Dari Pengikut Akun Instagram @cegahstunting terhadap konten

Dr. dr. Brian Sriprahastuti, MPH selaku pemilik dan pengelola akun Instagram @cegahstunting dalam beberapa kali kesempatan kerap kali membuka wadah untuk mendiskusikan mengenai *stunting* kepada khalayak melalui beragam fitur yang ada di media sosial Instagram. Salah satunya adalah fitur *reels* video, yang kali ini Dr. dr. Brian berkolaborasi dengan Putri MJ, S.Gz pemilik akun @putriemje yang merupakan seorang ahli gizi di Indonesia. Pada konten kolaborasi tersebut, motifnya adalah memberi informasi bahwa masalah gizi nomor 1 di Indonesia adalah *stunting*. Serta mengedukasi masyarakat tentang seberapa penting permasalahan *stunting* di Indonesia dan bagaimana cara mencegahnya.

Gambar V: Konten Kolaborasi Akun Instagram @cegahstunting Dengan Akun Instagram @putriemje



Sumber: Dokumen Penelitian 2023

Konten kolaborasi ini telah ditonton sebanyak 31,600 kali, disukai sebanyak 1,282 akun, dan telah dibagikan sebanyak 153 kali, juga mengundang beberapa respon dari warganet di kolom komentar.

Gambar VI: *Feedback* Warganet terhadap konten Akun Instagram @cegahstunting

Sumber: Dokumen Penelitian 2023

Salah dua respon dari warganet pada postingan kolaborasi diatas yang menjadi perhatian penulis. *Audiens* dinilai merasa puas dengan menonton video *reels* tersebut dan menuliskan “terimakasih untuk kontennya” serta “Kak terimakasih sudah up terus masalah ini” pada kolom komentar. Dalam teori *uses and gratification* dijelaskan mengenai kapan dan bagaimana *audiens* sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama seperti yang digambarkan pada 2 contoh komentar dari *audiens* akun Instagram @cegahstunting.

Pada kajian teori *uses and gratification*, Mehrad & Tajer (2016) menyatakan bahwa teori ini awalnya berfokus pada motif penonton dan kemudian menganalisis pesan dan sistem sosial. Dengan kata lain, teori ini berkonsentrasi pada bagaimana pengguna mencari media dan sejauh mana mereka (para pengguna) puas dengan jenis, konten, dan metode penggunaannya. Dilihat dari *feedback* warganet di beberapa postingan akun Instagram @cegahstunting, para pengikutnya cukup memberikan respon berupa *like* dan komentar saat membaca postingan atau melihat video pada beranda akun tersebut, sehingga edukasi dapat tersalurkan dengan baik.

Mehrad & Tajer (2016) menjabarkan ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu: 1) Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Hal ini terlihat dari interaksi pada akun Instagram @cegahstunting antara pembuat konten dan *viewers* konten tersebut; 2) Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak. Dalam hal ini, akun Instagram @cegahstunting berusaha menggunakan berbagai fitur yang ada di media sosial Instagram; 3) Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain; 4) Orang memiliki kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka, minat, motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti; 5) Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda.

Inti dari teori *uses and gratification* sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Pada dasarnya komunikasi terutama pada media massa tidak

memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut. Apabila mengkaji ulang aktifitas atau aliran informasi yang ada didalam akun Instagram @cegahstunting, interaksi antara pengelola akun dan khalayak umum yang menjadi pengikutnya merupakan suatu kebutuhan timbal balik dari penggunaan dan kepuasan bermedia sosial.

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa akun media sosial Instagram @cegahstunting dipergunakan untuk menyajikan konten-konten berupa edukasi tentang pencegahan dan penanganan *stunting* kepada khalayak berupa postingan photo maupun video. Kehadiran akun @cegahstunting ini dapat menjadi media rujukan dalam pemenuhan informasi mengenai *stunting*. Keluasan yang luas dan tanpa batas akses membuat media sosial memiliki jangkauan yang begitu luas dengan jutaan pengguna aktif setiap harinya. Hal ini menjadi kemungkinan konten edukasi *stunting* melalui media sosial Instagram @cegahstunting dapat diakses oleh *audiens* yang sangat besar, termasuk khalayak yang memiliki minat dan kebutuhan dalam hal edukasi dan informasi pertumbuhan anak. Diketahui berdasarkan laporan *We Are Social* pengguna media sosial Instagram di Indonesia mencapai 104,8 juta pengguna pada Oktober 2023. Dengan kenyataan yang ada, di era digitalisasi ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa media sosial dapat membantu banyak orang dalam mencari informasi yang salah satunya adalah informasi edukasi mengenai *stunting* pada anak, serta memberi keleluasaan berkomunikasi bagi penggunanya tanpa batas ruang dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahman, H., Rahmah, M., & Saribulan, N., (2023). *Upaya Penanganan Stunting di Indonesia (Analisis Bibliometrik dan Abalisi Konten)*. Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa (JIPSK). 44-59.
- Mistari, N., & Rahim, R. (2023). *Pemfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Stunting Untuk Ibu Hamil*. Jurnal Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer. 1276-1290.
- Sukmawati, S., Nurhakim, F., Mamuroh, L., & Mediani, H. S., (2022). *Edukasi Kesehatan Melalui Media Sosial dan Webinar Tentang Upaya Pencegahan Stunting*. Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 614-620.
- Nadilla, H. F., Nurwati, N., & Santoso, M. B. (2022). *Peran Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) Dalam Penanggulangan Anak Stunting Pada Keluarga Penerima Manfaat*. Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial. 17-26.
- Zamzami (2022). *Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Persepektif Uses & Gratification)*. Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri.
- Siporay, F, G, F., & Damastuti, R. (2022). *Analisis Isi Konten Post Akun Instagram @menantea.toko Dalam Membangun Engagement Followers*. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique. 55-69.

Sari, D, N., & Basit, A. (2020). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*. *Persepsi Communication Journal*. 23-36.

Mehrad, J., & Tajer, P. (2016). *Uses and Gratifications Theory in Connection With Knowledge and Information Science: A Proposed Conceptual Model*. *International Journal of Information Science and Management*.

<https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-iJklw>, 19 Februari 2023, diakses tgl 30 Desember 2023.

<https://www.unicef.org/indonesia/media/13816/file/Laporan%20Tahunan%202021%20-%20Single%20page.pdf>, 2021, diakses tgl 30 Desember 2023.

<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20230125/3142280/prevalensi-stunting-di-indonesia-turun-ke-216-dari-244/> 25 Januari 2023, diakses tgl 30 Desember 2023.

<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20221206/4041950/kejar-target-stunting-turun-hingga-14-kemenkes-lakukan-pendekatan-gizi-spesifik/> 6 Desember 2022, diakses tgl 21 Desember 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia> 28 Oktober 2023, diakses tgl 6 Juni 2024.

PROFIL SINGKAT

Sekar De Putri, Lahir di Tangerang pada tanggal 20 Desember 1995. Telah menyelesaikan Pendidikan Sarjana atau Strata 1 Prodi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Tangerang pada tahun 2018. Dan saat ini sedang menempuh jenjang selanjutnya yaitu Pasca Sarjana atau Strata II Prodi Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Budi Luhur. Saat ini penulis aktif di bidang *entertainment* dan jasa konsultasi hukum kenotariatan. Dan selanjutnya ingin berfokus dan terus mengembangkan kajian ilmu di bidang komunikasi.