

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pemikiran, dan perilaku individu melalui penyampaian pesan yang dirancang secara meyakinkan. Penerimaan pesan dalam komunikasi ini tidak berlangsung secara otomatis, melainkan melalui proses interpretasi yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman pribadi, serta nilai-nilai dan keyakinan individu atau kelompok penerima pesan (Arisetiana, Simamora, & Perwirawati, 2023). Dengan kata lain, komunikasi persuasif bukan hanya tentang bagaimana pesan disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dipahami, diinterpretasikan, dan dimaknai oleh penerima (Effendy, 2017). Pada konteks pembangunan kesehatan, pendekatan komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam mengubah perilaku masyarakat menuju tindakan yang lebih sehat (Mulyana, 2019). Salah satu bentuk penerapan komunikasi persuasif yang saat ini menjadi pusat perhatian adalah upaya pemerintah dalam menurunkan angka *stunting* di Indonesia, mengingat prevalensinya yang masih tinggi dan dampaknya yang luas terhadap kualitas sumber daya manusia di masa depan.

Stunting adalah kondisi kurang gizi kronis pada anak di bawah lima tahun yang berdampak pada pertumbuhan, perkembangan kognitif, dan produktivitas di masa depan (UNICEF, 2023; De Onis et al., 2016). Salah satu penyebab utama *Stunting* adalah rendahnya pengetahuan ibu mengenai asupan gizi yang dipengaruhi oleh

keterbatasan akses informasi dan latar belakang pendidikan (Rahayu et al., 2018). Masalah ini lebih sering terjadi di daerah tertinggal yang minim edukasi mengenai pentingnya gizi anak. World Health Organization (WHO) menetapkan batas maksimal prevalensi *Stunting* sebesar 20%. Menurut Kementerian Kesehatan (2025), percepatan strategi yang lebih efektif diperlukan karena sejak 2018–2022, rata-rata penurunannya hanya 2,3 persen poin per tahun.

Berdasarkan data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2023, angka *stunting* nasional masih berada di kisaran 21,5%, jauh dari target 14% yang ditetapkan pemerintah untuk tahun 2024 (Kementerian Kesehatan RI, 2023). Kondisi ini menuntut strategi komunikasi yang efektif, terutama dalam penyampaian pesan persuasif kepada masyarakat terkait pentingnya pencegahan *stunting* melalui pola asuh, gizi seimbang, dan kesehatan lingkungan. Dengan demikian, efektivitas komunikasi persuasif pemerintah dan tenaga kesehatan menjadi faktor kunci dalam membentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap isu ini. Pada konteks pencegahan *Stunting*, komunikasi persuasif berperan penting dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai gizi anak dan pola asuh yang tepat. Menurut Adakah.id (2023), pola pikir, kebiasaan, serta keyakinan masyarakat terhadap kesehatan anak sangat menentukan bagaimana mereka menerima dan menafsirkan pesan yang disampaikan oleh posyandu. memahami cara masyarakat menginterpretasikan pesan persuasif ini menjadi hal yang krusial untuk melihat bagaimana perubahan pemahaman dan perilaku dapat terjadi dalam upaya pencegahan *Stunting*.

Hanya dua daerah di Indonesia yang angka *Stunting*nya di bawah batas yang ditetapkan oleh WHO, yaitu Yogyakarta dan Bali. Selebihnya angka *Stunting* masih

terbilang tinggi di daerah lainnya di Indonesia. Dalam konteks Sumatra Barat, Pasaman Barat merupakan Kabupaten dengan angka *Stunting* tertinggi. Menurut laporan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat (2023) dan data e-PPGBM Agustus 2023, angka *Stunting* di Pasaman Barat mencapai prevalensi 35,5% berdasarkan SSGI 2022. Nagari Koto Tengah, Kecamatan Koto Balingka adalah nagari dengan angka *Stunting* tertinggi di kabupaten tersebut. Data terbaru Agustus 2024 dari Dinas Kesehatan Kabupaten Pasaman Barat juga menunjukkan bahwa Kecamatan Koto Balingka menempati posisi kedua dengan tingkat *Stunting* tertinggi, sementara Nagari Koto Tengah menjadi wilayah dengan angka *Stunting* paling tinggi di Kabupaten Pasaman Barat.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti di Nagari Koto Tengah, terdapat sejumlah kendala dalam upaya penurunan angka *Stunting*. Posyandu sebagai garda terdepan yang berinteraksi langsung dengan masyarakat, khususnya ibu dan anak, kerap mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi terkait isu *Stunting*. Kondisi ini diduga berkaitan dengan latar belakang pendidikan orang tua serta kesibukan mereka dalam bekerja yang menyebabkan minimnya perhatian terhadap pengetahuan mengenai asupan gizi dan tumbuh kembang anak. Seperti malasnya orang tua untuk datang saat jadwal posyandu, tidak mengimplementasikan pada anak pengetahuan yang disampaikan kader dan bidan, serta anggapan bahwa *Stunting* tidak penting itu untuk dipermasalahkan. Padahal posyandu selalu rutin melakukan kegiatan bulanan mulai dari pengecekan kesehatan berupa penimbangan berat badan, pengukuran tinggi badan, penyuluhan kesehatan, serta pengecekan gizi seimbang.

Hasil wawancara awal peneliti dengan ahli gizi di Dinas Kesehatan Kabupaten Pasaman Barat menunjukkan bahwa masyarakat di Nagari Koto Tengah memiliki

karakteristik yang agak berbeda dibandingkan wilayah lain dalam merespons isu *Stunting*. Jika di daerah lain orang tua cenderung merasa malu atau minder apabila anak mereka terindikasi *Stunting*, maka di Nagari Koto Tangah justru terdapat kecenderungan sebaliknya. Di sana, *Stunting* dianggap sebagai kondisi yang dapat "diakui bersama-sama", karena pengakuan terhadap status *Stunting* anak sering kali dikaitkan dengan peluang mendapatkan bantuan dari program pemerintah.

Dalam praktiknya, kegiatan posyandu di Nagari Koto Tangah lebih sering berfokus pada rutinitas seperti penimbangan, pengukuran tinggi badan, dan pembagian vitamin. Pesan mengenai pencegahan stunting memang disampaikan, tetapi cenderung satu arah, tanpa diikuti proses umpan balik yang mendalam dari masyarakat. Bidan dan kader lebih banyak memberikan himbauan, sementara masyarakat menerima informasi tersebut secara pasif tanpa menunjukkan keterlibatan emosional atau kognitif yang kuat. Akibatnya, pesan persuasif yang dimaksudkan untuk menumbuhkan kesadaran justru dipersepsikan hanya sebagai bagian dari kegiatan formal bulanan.

Selain itu, kredibilitas komunikator juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi penerimaan pesan. Di Nagari Koto Tangah, kedekatan sosial antara kader dan masyarakat sering kali membuat pesan lebih diterima karena faktor keakraban, bukan karena isi pesannya. Artinya, pesan diterima karena rasa percaya terhadap orang yang menyampaikan, bukan karena masyarakat memahami substansi tentang stunting itu sendiri. Situasi ini menandakan bahwa masyarakat lebih banyak merespons pesan melalui jalur emosional dan sosial, bukan melalui proses pemikiran kritis terhadap makna kesehatan yang terkandung di dalamnya.

Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara maksud komunikator dengan Penerimaan pesan komunikan. Pemerintah dan tenaga kesehatan bermaksud membangun kesadaran pencegahan stunting, tetapi masyarakat menafsirkan pesan dalam konteks ekonomi dan sosial yang berbeda. Inilah yang menjadi inti permasalahan penelitian ini: bagaimana masyarakat Nagari Koto Tangah memaknai pesan-pesan persuasif yang disampaikan posyandu dalam konteks kehidupan mereka sehari-hari.

Kemudian juga dalam penelitian ini, komunikasi persuasif yang menjadi fokus bukanlah kampanye kesehatan secara luas, melainkan interaksi langsung antara kader posyandu dan masyarakat dalam kegiatan pelayanan bulanan posyandu pada aspek *stunting*. Bentuk komunikasi ini berlangsung di mana pesan mengenai pencegahan *stunting* disampaikan melalui penyuluhan, percakapan informal, maupun pemberian contoh perilaku hidup sehat. Komunikasi semacam ini menjadi penting karena posyandu berfungsi bukan hanya sebagai tempat pelayanan kesehatan, tetapi juga sebagai ruang sosial tempat terjadinya pertukaran makna antara tenaga kesehatan dan masyarakat.

Namun, dari hasil pengamatan awal, komunikasi persuasif yang dilakukan para kader di Nagari Koto Tangah belum menyentuh aspek kesadaran dan Penerimaan pesan masyarakat. Kader umumnya menyampaikan pesan dengan pendekatan instruktif “apa yang harus dilakukan” tanpa banyak melibatkan dialog atau eksplorasi pengalaman warga. Padahal dalam pendekatan komunikasi persuasif yang efektif, keberhasilan pesan tidak hanya diukur dari seberapa sering pesan disampaikan, melainkan dari

sejauh mana komunikasi terlibat dalam memahami, menginternalisasi, dan mengubah perilaku berdasarkan pesan tersebut (Perloff, 2017; O'Keefe, 2019).

Dengan demikian, jenis komunikasi persuasif yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah komunikasi yang dilakukan oleh kader posyandu kepada masyarakat, khususnya ibu hamil dan ibu yang memiliki balita, dalam konteks penyuluhan kesehatan dan pencegahan stunting. Penelitian ini berupaya melihat bagaimana pesan-pesan tersebut dipahami, dimaknai, dan direspons oleh masyarakat, serta sejauh mana proses tersebut dapat mempengaruhi cara pandang dan perilaku mereka terhadap isu stunting.

Untuk melihat lebih dalam permasalahan ini Teori Komunikasi Persuasif yang akan digunakan adalah Konsep Elaborasi Komunikasi Persuasif atau *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang dikemukakan oleh John Cacioppo dan Richard Petty (1986). Teori ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku individu dipengaruhi dengan seberapa penting dan peduli mereka terhadap pesan yang disampaikan. Dalam asumsi konsep tersebut menjelaskan bahwa komunikasi persuasif yang baik belum pasti berdampak terhadap komunikannya. Terdapat unsur motivasi dan proses berpikir untuk memahami pesan yang disampaikan agar perubahan perilaku bisa terjadi. Littlejohn dan Foss (Dalam Roma, 2021) menjelaskan bahwa Teori ELM melihat bagaimana dan pada waktu yang tepat seseorang efektif dalam menerima pesan persuasif.

Pada konteks ini pihak yang menjadi penerima pesan adalah masyarakat yang ada di Nagari Koto Tangah atau lebih khususnya ibu-ibu hamil dan ibu-ibu balita. Sedangkan pihak yang melaksanakan persuasi adalah pihak kader dan bidan posyandu di Nagari Koto Tangah. Dalam pelaksanaannya masyarakat menerima pesan persuasif

terkait *Stunting* ketika pelaksanaan posyandu setiap bulannya dengan media komunikasi verbal dan komunikasi non verbal berupa berbicara langsung, *pamflet*, dan poster.

Terdapat dua jalur komunikasi persuasif yaitu jalur sentral dan jalur perifer, bagi sebagian orang ketika menerima sebuah pesan persuasif akan dipikirkan dengan kritis dulu sebelum meyakini dan mengubah perilakunya, namun bagi sebagian yang lain pesan yang ia terima tidak begitu dipikirkan secara kritis. Menurut Perloff (2017) menjelaskan bahwa jalur sentral merupakan penerimaan pesan yang disertai kognitif elaborasi. Dalam hal ini masyarakat Nagari Koto Tengah yang menerima pesan atau informasi lebih dulu dipikirkan, dievaluasi dan dikaitkan dengan pengetahuan sebelumnya.

Ketika masyarakat di Nagari Koto Tengah menerima pesan dari pihak posyandu yang kemudian memikirkan secara mendalam terkait *Stunting*, dan tidak mudah percaya dengan pesan tersebut maka masyarakat demikian adalah bagian penerima pesan yang menggunakan jalur sentral. Masyarakat yang menggunakan jalur ini akan percaya dan mengubah tingkah lakunya dalam jangka lama, karena sebelum ia memutuskan untuk percaya ia sudah menggunakan kognitifnya dalam mempertimbang sebuah pesan persuasif tersebut (Littlejohn & Foss, 2009).

Sedangkan pada jalur perifer seseorang tidak berpikir panjang terhadap pesan atau informasi yang ia terima. Penerimaan pesan pada jalur ini lebih sederhana dan mengandalkan heuristik (Perloff dalam Roma, 2021). Masyarakat yang langsung percaya dan mengubah tingkah lakunya dipastikan menggunakan jalur ini ketika menerima pesan persuasif dari kader-kader posyandu dan bidan. Dengan kredibilitas

yang melekat pada bidan dan kader posyandu yang menjadi penanggung jawab dalam upaya pencegahan *Stunting* membuat masyarakat mudah percaya dengan pesan yang mereka sampaikan. Tidak hanya itu dalam jalur ini juga memperhatikan daya tarik pembicara dan elemen emosional dalam menyampaikan pesan. Dalam teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM), jalur sentral memproses pesan secara lambat namun mendalam; jika pesan diterima, perubahan sikap yang terjadi cenderung bertahan lama. Sebaliknya, jalur perifer memproses pesan secara cepat dan langsung mempengaruhi sikap, namun efeknya cenderung sementara (Littlejohn & Foss, 2009). Kader posyandu menjadi kunci dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat yang menggunakan jalur perifer dalam menerima pesan persuasif.

Kurangnya kepedulian masyarakat Nagari Koto Tangah terhadap ajakan kader posyandu menunjukkan bahwa pesan persuasif yang disampaikan belum sepenuhnya diterima atau dipahami dengan baik. Dalam komunikasi persuasif, keberhasilan suatu pesan tidak hanya bergantung pada isi pesan itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikemas dan disampaikan agar dapat mempengaruhi sikap serta perilaku penerima. Jika masyarakat belum memahami pesan secara mendalam, besar kemungkinan mereka hanya menerima informasi secara perifer tanpa benar-benar menginternalisasi maknanya.

Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi persuasif yang lebih efektif agar pesan mengenai pentingnya gizi, kebersihan, dan kesehatan tidak hanya didengar, tetapi juga dipahami dan dihayati, sehingga dapat mengubah perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik. Peranan komunikasi persuasif menjadi krusial dalam upaya mensosialisasikan dan memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait

pencegahan *Stunting*. Dalam hal ini, kerja sama dengan Dinas Kesehatan memungkinkan penyebaran informasi hingga ke pelosok desa, dengan melibatkan kader-kader posyandu sebagai perantara utama dalam menjangkau masyarakat. posyandu memegang peran penting karena kader dan bidan di dalamnya berinteraksi langsung dengan masyarakat yang menjadi sasaran utama perubahan perilaku.

Pendekatan komunikasi persuasif dalam berbagai konteks telah dikaji dalam beberapa penelitian sebelumnya, salah satunya oleh Witharja et al. (2024), yang meneliti penggunaan platform TikTok sebagai alat kampanye politik dalam Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia dengan pendekatan *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Studi tersebut menunjukkan bagaimana strategi komunikasi persuasif dapat disesuaikan dengan karakteristik audiens melalui jalur sentral dan periferal. Dalam konteks kampanye politik, jalur sentral digunakan untuk menyampaikan informasi mendalam kepada pemilih yang aktif dalam diskusi politik, sedangkan jalur periferal memanfaatkan elemen visual dan dukungan selebriti untuk menarik perhatian pemilih dengan keterlibatan yang lebih rendah.

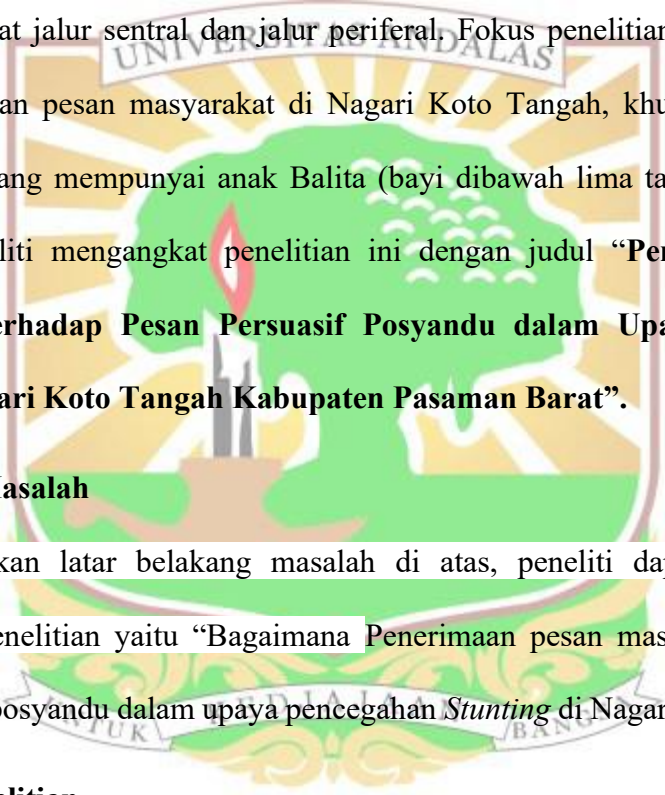
Temuan ini relevan dalam konteks pencegahan *Stunting*, di mana strategi komunikasi yang digunakan oleh kader posyandu juga harus mempertimbangkan bagaimana masyarakat memproses dan menerima pesan yang disampaikan. Perubahan ini memastikan transisi lebih mulus dengan menghubungkan kedua paragraf menggunakan konsep komunikasi persuasif serta penerapan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dalam berbagai konteks.

Berdasarkan dari penjelasan di atas kita bisa melihat bahwa komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang efektif dilakukan dalam mengajak

audiens untuk bisa merubah tindakannya menjadi tindakan yang kita inginkan, namun demikian perlu juga diperhatikan apakah cara komunikasi persuasif tersebut sudah diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga memungkinkan terjadinya perubahan prinsip dan tingkah laku.

Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam untuk memahami bagaimana penerimaan pesan di tengah masyarakat dari proses komunikasi persuasif yang terjadi lewat jalur sentral dan jalur periferal. Fokus penelitian ini adalah pada proses penerimaan pesan masyarakat di Nagari Koto Tangah, khususnya pada ibu hamil dan ibu yang mempunyai anak Balita (bayi dibawah lima tahun). Maka oleh karena itu peneliti mengangkat penelitian ini dengan judul **“Penerimaan pesan Masyarakat Terhadap Pesan Persuasif Posyandu dalam Upaya Pencegahan *Stunting* di Nagari Koto Tangah Kabupaten Pasaman Barat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat merumuskan permasalahan penelitian yaitu “Bagaimana Penerimaan pesan masyarakat terhadap pesan persuasif posyandu dalam upaya pencegahan *Stunting* di Nagari Koto Tangah?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui Penerimaan pesan masyarakat di Nagari Koto Tangah terhadap pesan persuasif yang disampaikan oleh posyandu dalam upaya pencegahan *Stunting*.
2. Mengetahui jalur komunikasi persuasif (sentral atau jalur periferal) dalam Penerimaan pesan masyarakat terhadap program pencegahan *Stunting* yang dilakukan oleh posyandu di Nagari Koto Tangah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bahan referensi dan sumber bacaan tentang proses komunikasi persuasif di Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan kajian yang sama namun permasalahan yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat menyumbangkan ide dan pertimbangan untuk Dinas Kesehatan dan BKKBN Pasaman Barat maupun Sumatera Barat dalam melaksanakan kampanye sosialisasi atau penyampaian pesan terkait penanganan *Stunting* di daerah masing-masing.

