

E ISSN: 2828-027X
P ISSN: 3032-3002

& Community Services & Social Work Bulletin

Community Services and
Social Work Bulletin

Volume 4

Nomor 2

Page 40-86

Tahun 2024

e-ISSN 2828-027X



Community Services & Social Work Bulletin

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI IMPLEMENTASI IOT PADA SISTEM PENYIRAMAN OTOMATIS BERKELANJUTAN

Bambang Suhardi Waluyo¹, Yafid Effendi^{1*}, Ali Rosyidin¹, Fanni Fattah¹, Efrizal¹

¹ Program Studi Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia

40 - 48

HUBUNGAN PENGETAHUAN IBU DAN DUKUNGAN KELUARGA DENGAN PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF

Putri Dwi Novita Sari^{1*}, Nopi Nur Khasanah¹, Kurnia Wijayanti¹

¹ Fakultas Keperawatan, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Indonesia

49 - 57

PENYULUHAN PERILAKU PROMOSI PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT (PHBS) PADA SISWA SEKOLAH LUAR BIASA SEKOLAH LUAR BIASA (SLB-C) KARYA IBU, PALEMBANG, INDONESIA MELALUI INTERVENSI BERBASIS KOMUNITAS

Nugraha Juliyanda¹, Peggy Ayu Lestari¹, Cynthia¹, Thursina Vera Hayati¹, Muhammad Dwi Hidayatullah¹, Muthia Khairiyah¹, Novi Fitriani¹, Merry Afriliana Sari¹, Dea Widya Astari¹, Dea Pradisa¹, Devy Yuliantari¹, Ferenadia Apriliani¹, Vani Safithri¹, Haerawati Idris^{1*}

¹ Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sriwijaya

58 - 65

PEMANFAATAN SAMPAH PLASTIK SEBAGAI KETERAMPILAN SISWA UNTUK PEMBUATAN ECOBRICK DI DESA NGINGIT KECAMATAN TUMPANG KABUPATEN MALANG

Yohanes Laba Tahilia¹, Nok Izatul Yazidah^{1*}, Yunis Sulistyorini¹, Riyanto¹, Harry Surahman¹, Nisvu Nanda Saputra², Siti Napfiah¹, Era Dewi Kartika¹

¹ Insan Budi Utomo

² Universitas Muhammadiyah Tangerang

66 - 75

KOMUNIKASI PERSUASIF KADER POSYANDU DALAM SOSIALISAI MENU GIZI SEIMBANG KEPADA IBU BALITA

Verida Yanti¹, Nok Izatul Yazidah^{1*}, Siti Napfiah¹, Era Dewi Kartika¹

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Tangerang

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

³ PhD Student, Film and Screen Studies, Monash University

76 - 86

KOMUNIKASI PERSUASIF KADER POSYANDU DALAM SOSIALISAI MENU GIZI SEIMBANG KEPADA IBU BALITA

Dian Nurvita Sari^{1*}, Rahmi Winangsih², Rangga Saptya Mohamad Permana³

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Tangerang

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

³ PhD Student, Film and Screen Studies, Monash University

*Correspondence email: diannurvitasari25@gmail.com

Received: 4 September 2024; Revised: 14 November 2024; Published: 27 November 2024
doi: 10.31000/cswb.v4i2.14020

Abstract: Stunting remains a critical public health issue in Indonesia, prompting nationwide intervention programs involving multi-level stakeholders, including grassroots health volunteers (Posyandu cadres). This study investigates the persuasive communication strategies employed by Posyandu Anggrek II B cadres in Cipondoh, Tangerang, to promote balanced nutrition among mothers of under-five children. Utilizing a qualitative approach through participant observation and in-depth interviews, the research examines the six key elements of persuasive communication: communicator, message, channel, receiver, feedback, and effect. The findings reveal that the cadres effectively delivered culturally contextualized and motivational health messages using public health forums and practical demonstrations of diverse nutritious food menus. Notably, this communication fostered cognitive, affective, and behavioral shifts among mothers, indicating potential long-term impact on stunting prevention. However, challenges such as motivational barriers and semantic misunderstandings due to diverse sociolinguistic backgrounds were also identified. This study underscores the vital role of well-trained community health communicators in behavior change interventions and highlights the necessity of continuous support and adaptive strategies to overcome communication obstacles. By focusing on localized, persuasive engagement, this research contributes empirical evidence to the discourse on sustainable, community-driven public health strategies in the fight against child malnutrition.

Keyword: Persuasive Communication; Posyandu Cadres; Balanced Nutrition; Stunting; Behavior Change.

PENDAHULUAN

Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting, BKKBN mendapatkan amanat sebagai Ketua Pelaksana Program Percepatan Penurunan Stunting, yang ditindaklanjuti dengan diterbitkannya Peraturan BKKBN Nomor 12 Tahun 2021 tentang Rencana Aksi Nasional Percepatan Penurunan Angka Stunting Indonesia (RAN PASTI) Tahun 2021-2024. Stunting merupakan kondisi dimana anak mengalami gangguan pertumbuhan sehingga menyebabkan tubuhnya lebih pendek dibandingkan dengan teman seusianya dan penyebab utama adalah kekurangan nutrisi dan buruknya sanitasi rumah tangga (Putri & Pohan,



2023). Stunting berhubungan dengan permasalahan gizi kronis yang timbul akibat kurangnya asupan nutrisi selama periode waktu yang cukup lama, sehingga mengakibatkan gangguan pertumbuhan pada anak, seperti tinggi badan yang lebih rendah dari standar usia mereka (Sukma, 2019).

Gambar 1. Poster Perpres Nomor 72 Tahun 2021 Tentang Percepatan Penurunan Stunting



Dampak stunting bagi pertumbuhan kehidupan manusia sangat signifikan baik dampak secara fisik maupun kemampuan kognitif bahkan berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi masa depan suatu bangsa (Alif et al., 2023). Program penurunan stunting ini menjadi program prioritas skala nasional tidak terkecuali Kota Tangerang. Salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kota Tangerang adalah Kelurahan Cipondoh yang turut serta mendukung pemerintah dalam program percepatan penurunan stunting. Kelurahan Cipondoh terletak disebelah timur Kota Tangerang yang jaraknya 4,0 km dari pusat Kecamatan Cipondoh. Luas wilayah Kelurahan Cipondoh yaitu 2,57 km². Letak ketinggian dari permukaan laut sekitar 12 Km dengan curah hujan rata-rata 2200 mm/tahun. Wilayah Kelurahan Cipondoh terdiri dari 13 Rw (Rukun Warga) dan 69 RT (Rukun Tetangga).

Tabel 1. Luas Wilayah Menurut Kelurahan di Kecamatan Cipondoh Per Juni 2020

No.	Kelurahan	Luas (km ²)	Persentase Terhadap Kecamatan (%)	Luas
1	Poris Plawad Indah	2,27	11,87	
2	Cipondoh	2,57	13,45	
3	Kenanga	1,80	9,42	
4	Gondrong	1,90	9,92	
5	Petir	1,80	9,42	
6	Ketapang	1,90	9,92	
7	Cipondoh Indah	1,83	9,57	
8	Cipondoh Makmur	1,48	7,74	
9	Poris Plawad Utara	1,61	7,74	
10	Poris Plawad	2,05	10,73	
	Kecamatan	19,11	100,00	

Berdasarkan catatan yang diperoleh dari kantor Kelurahan, Kelurahan Cipondoh memiliki penduduk dengan jumlah 32.689 jiwa, dengan 7.489 kartu keluarga. Jika dibandingkan dengan kelurahan yang lain Kelurahan Cipondoh ini termasuk ke dalam Kelurahan dengan jumlah penduduk yang terbilang banyak. Dilihat dari keadaan social ekonomi Masyarakat kelurahan Cipondoh termasuk daerah menengah artinya bukan daerah kaya ataupun daerah miskin (tertinggal).

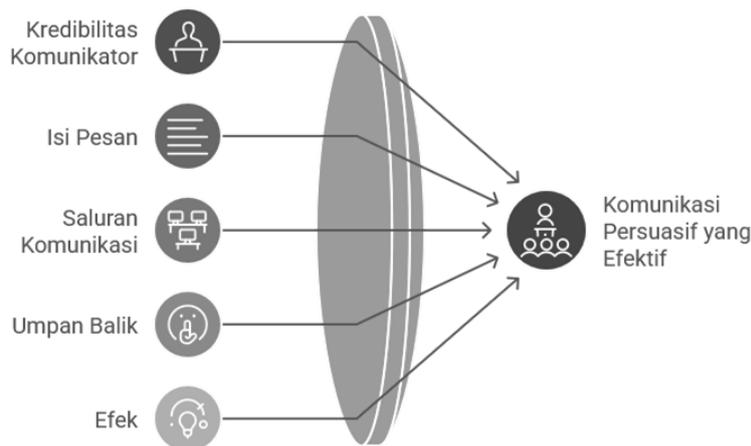
Salah satu strategi yang dilakukan oleh Kelurahan Cipondoh untuk mempercepat penurunan atau pencegahan stunting itu sendiri dengan sosialisasi menu makanan dengan gizi seimbang sebagai pengganti menu 4 sehat 5 sempurna. Percepatan pencegahan stunting ini berfokus pada pemberian pemahaman dan perubahan perilaku masyarakat (Alif et al., 2023). Untuk mencapai tujuan program percepatan penurunan stunting yakni menanamkan pemahaman dan perubahan perilaku di Tengah Masyarakat maka tenaga kesehatan desa atau kader posyandu diharapkan memiliki kemampuan komunikasi yang baik sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh Masyarakat dan diharapkan mampu merubah sikap mereka. Wilayah kelurahan Cipondoh sendiri memiliki 13 Rukun Warga yang salah satunya yakni di wilayah RW 10 gencar melakukan sosialisasi menu gizi seimbang yang dilakukan oleh kader posyandu. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kader Posyandu Anggrek II B dalam sosialisasi menu makanan gizi seimbang kepada ibu Balita.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku audiens agar sesuai dengan yang diharapkan komunikator. Persuasi adalah proses simbolik di mana komunikator mencoba meyakinkan orang lain untuk mengubah sikap atau perilaku mereka melalui penyampaian pesan dalam suasana kebebasan pilihan. Komunikasi persuasif terdiri dari beberapa unsur utama, yaitu komunikator, pesan, saluran komunikasi, komunikan, dan efek. Komunikator yang kredibel yakni yang memiliki keahlian dan dapat dipercaya memiliki pengaruh besar dalam menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (Effendy, 2006). Pesan yang efektif harus memiliki logika, emosi, serta ajakan yang jelas agar dapat diterima dengan baik oleh audiens (Cangara, 2013). Saluran komunikasi yang digunakan, baik secara langsung maupun melalui media bantu, turut menentukan sejauh mana pesan dapat menjangkau dan dipahami komunikan (Mulyana, 2008). Selain itu, keberhasilan komunikasi persuasif juga dipengaruhi oleh karakteristik audiens dan konteks situasional penyampaian pesan (Griffin, 2012). Pada akhirnya, tujuan komunikasi persuasif adalah terjadinya perubahan sikap, pengetahuan, atau perilaku pada komunikan (Larson, 2013). Dalam konteks kader posyandu, komunikasi persuasif menjadi alat penting dalam menyampaikan informasi kesehatan agar ibu balita bersedia mengikuti anjuran gizi yang disampaikan.

Gambar 1. Operasionalisasi Komunikasi Persuasif



Kader Posyandu

Kader Posyandu memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi kesehatan, khususnya terkait gizi seimbang bagi balita. Sebagai ujung tombak pelayanan kesehatan di masyarakat, kemampuan komunikasi persuasif kader sangat menentukan efektivitas penyuluhan yang dilakukan. Pelatihan teknik komunikasi kepada kader Posyandu dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memberikan penyuluhan mengenai stunting, yang pada gilirannya dapat memengaruhi pengetahuan dan perilaku ibu balita terkait gizi seimbang (Hamzah et al, 2023).

Strategi komunikasi yang digunakan oleh kader juga harus mempertimbangkan konteks sosial dan budaya masyarakat setempat. Pendekatan komunikasi yang disesuaikan dengan kondisi lokal dapat lebih efektif dalam membangun kesadaran ibu balita terhadap pentingnya gizi seimbang. Dengan memahami nilai-nilai dan norma yang berlaku di masyarakat, kader dapat menyampaikan pesan kesehatan dengan cara yang lebih diterima dan dipahami oleh ibu balita (Allyreza, 2023).

Dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif kader, pelatihan berkelanjutan dan dukungan dari tenaga kesehatan profesional sangat diperlukan. Merekomendasikan agar puskesmas memberikan pendampingan kepada kader saat melakukan penyuluhan, guna memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan standar kesehatan dan dapat diterima oleh masyarakat (Hamzah et al 2023).

Dengan demikian, komunikasi persuasif kader Posyandu dalam sosialisasi menu gizi seimbang kepada ibu balita merupakan kombinasi dari keterampilan interpersonal, penggunaan media edukatif, pemahaman konteks sosial budaya, serta dukungan berkelanjutan dari tenaga kesehatan. Pendekatan holistik ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan praktik gizi ibu balita, sehingga mendukung pertumbuhan dan perkembangan anak yang optimal.

Sosialisasi Gizi Seimbang

Kader Posyandu memegang peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai gizi seimbang kepada masyarakat, khususnya ibu yang memiliki balita. Sosialisasi gizi seimbang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman ibu tentang pentingnya pemberian makanan yang bergizi sesuai dengan kebutuhan tumbuh kembang anak. Menurut Kementerian Kesehatan RI, prinsip gizi seimbang mencakup konsumsi makanan yang beragam, aktivitas fisik, kebersihan diri, dan pemantauan status gizi secara berkala. Kader Posyandu berfungsi sebagai penghubung antara tenaga kesehatan dan masyarakat dalam menyampaikan prinsip-prinsip tersebut secara sederhana dan aplikatif.

Metode sosialisasi yang digunakan oleh kader umumnya berupa penyuluhan langsung, diskusi kelompok, konseling individual, serta penggunaan media edukasi seperti leaflet dan poster. Pemberian edukasi gizi oleh kader Posyandu secara intensif mampu meningkatkan pengetahuan ibu tentang makanan bergizi dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari (Widyaningrum et al. (2022). Selain itu, strategi komunikasi yang digunakan kader sangat penting, di mana pesan harus disampaikan secara persuasif, dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan konteks budaya masyarakat setempat (Fadjri & Jamni, 2020).

Keberhasilan sosialisasi gizi seimbang sangat ditentukan oleh pelatihan yang diterima kader. Pelatihan komunikasi dan materi gizi secara berkelanjutan dapat meningkatkan kapasitas kader dalam memberikan penyuluhan yang efektif. Dalam praktiknya, kader yang terlatih tidak hanya mampu menjelaskan pentingnya gizi seimbang, tetapi juga mendorong ibu balita untuk mengubah perilaku pemberian makan anak secara bertahap (Hamzah et al. 2023)

Dengan demikian, kader Posyandu berperan strategis dalam upaya pencegahan masalah gizi pada balita melalui pendekatan sosialisasi yang komunikatif, edukatif, dan berbasis komunitas. Dukungan dari tenaga kesehatan, serta pemanfaatan media edukatif yang menarik, menjadi faktor pendukung keberhasilan program ini dalam jangka panjang.

METODE

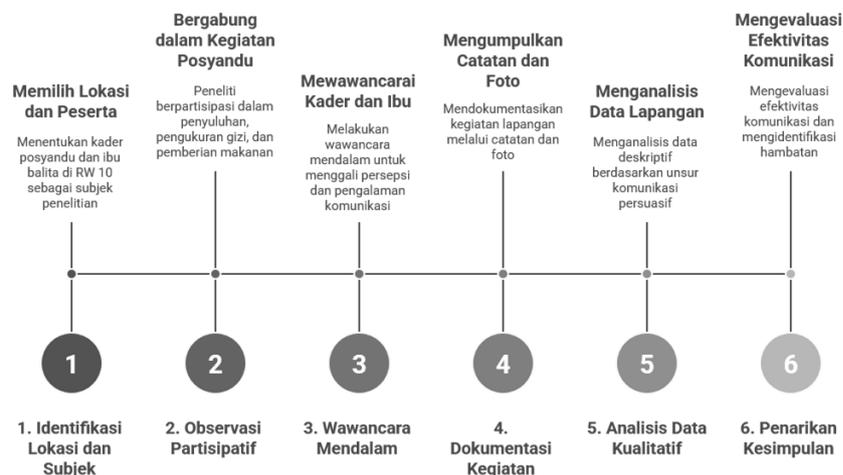
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi partisipatif dan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi persuasif dilakukan oleh kader Posyandu dalam menyosialisasikan menu gizi seimbang kepada ibu balita. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami konteks komunikasi secara menyeluruh dari perspektif pelaku langsung.

Tahapan pertama dalam pelaksanaan penelitian adalah penentuan subjek, yakni kader Posyandu Angrek II B di wilayah RW 10 Kelurahan Cipondoh, yang bertindak sebagai komunikator dalam program sosialisasi. Peneliti kemudian melakukan observasi partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh kader, seperti pengukuran berat dan tinggi badan anak, pemberian penyuluhan, serta pelaksanaan program pemberian makanan bergizi.

Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap informan utama, yaitu kader posyandu dan beberapa ibu balita yang menjadi peserta program. Wawancara ini bertujuan menggali persepsi, pemahaman, serta pengalaman langsung terhadap proses komunikasi yang berlangsung, serta untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi.

Data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan merujuk pada unsur-unsur komunikasi persuasif, yaitu: pengirim pesan (komunikator), penerima pesan (komunikan), pesan yang disampaikan, saluran komunikasi yang digunakan, umpan balik yang diterima, dan efek komunikasi yang ditimbulkan. Setiap elemen dianalisis berdasarkan pengamatan langsung di lapangan dan hasil wawancara.

Gambar 2. Alur Pelaksanaan Kegiatan dan Penelitian



Melalui metode ini, peneliti mampu menangkap dinamika komunikasi yang berlangsung secara alami serta menilai efektivitas komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kader posyandu dalam konteks pemberdayaan masyarakat terkait pemenuhan gizi balita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi persuasi menurut Larson yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiens. Sedangkan menurut Miller komunikasi adalah situasi-situasi memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seseorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Mulyana Deddy, 2008). Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang baik secara verbal maupun non verbal. Secara umum tujuan komunikasi persuasif adalah perubahan sikap. Terdapat enam unsur komunikasi persuasif yaitu; pengirim pesan komunikator atau persuader, penerimaan pesan komunikan atau persuadee, pesan, saluran, umpan balik dan efek komunikasi persuasif (Meilinda et al., 2018)

Tahap pertama yang dilakukan dalam observasi ini adalah dengan menentukan enam unsur komunikasi persuasif yakni:

Pengirim Pesan, Komunikator Atau Persuader

Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai persuader adalah kader posyandu Anggrek 2B yang terletak di wilayah RW 10 Kelurahan Cipondoh yakni ibu Retno. Tugas kader posyandu sebagai pelayan kesehatan disini ialah kader posyandu membantu petugas kesehatan. Kader posyandu akan membantu mencatat berat dan tinggi badan bayi, melakukan penyuluhan, lalu kader posyandu juga membantu melakukan deteksi dini pencegahan stunting (Putri & Pohan, 2023). Kader posyandu juga bertugas melapor kepada petugas kesehatan apabila ditemukan kasus-kasus baru mengenai stunting, seperti yang disampaikan oleh Ibu Dewi, kader juga membentuk TPK (tim pendamping keluarga) tim pendamping keluarga ini nantinya akan mendata, mencari istilahnya anak balita idealnya di bawah 5 tahun, untuk dilihat bagaimana pertumbuhannya apakah anak ini sehat atau terkena stunting untuk kita mengetahui berapa jumlah stunting yang ada di wilayah posyandu Anggrek II B.

Penerima Pesan, Komunikan atau Persuadee

Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai persuadee adalah ibu balita yang ada di wilayah Posyandu Anggrek II B. Dalam program sosialisasi menu gizi seimbang ini sedikitnya ada 15 orang ibu balita yang diundang oleh kader posyandu. 15 orang ibu balita ini merupakan ibu dengan balita yang telah terdata sebagai balita terindikasi stunting dilihat dari tinggi dan berat badan yang tidak sesuai dengan anak seusia.

Pesan

Pesan dalam hal ini adalah pesan yang ingin disampaikan oleh persuder kepada persuadee baik secara verbal maupun non verbal. Pesan yang disampaikan

dalam hal ini adalah sosialisasi menu gizi seimbang. Kader posyandu mensosialisasikan atau memperkenalkan keragaman jenis pangan yang memenuhi kriteria gizi seimbang. Gizi seimbang merupakan susunan pangan sehari-hari yang mengandung zat gizi dalam jenis dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan tubuh dengan memperhatikan prinsip keanekaragaman pangan, aktivitas fisik, perilaku hidup bersih dan mempertahankan berat badan normal untuk mencegah masalah gizi. Menu makanan gizi seimbang ini adalah dengan mengkonsumsi pangan yang beranekaragam. Keanekaragaman jenis pangan juga termasuk proporsi makanan yang seimbang, dalam jumlah yang cukup, tidak berlebihan dan dilakukan secara teratur. Selain sosialisasi secara verbal, dalam program ini kader posyandu menyediakan makan siang untuk balita dengan memperkenalkan menu pangan yang beranekaragam dan tentunya dengan gizi seimbang.

Program sosialisasi menu gizi seimbang ini dilakukan selama 14 hari berturut-turut dengan pemberian menu makanan yang beranekaragam setiap harinya. Sosialisasi ini untuk memperkenalkan kepada ibu dan balita bahwa menu pangan sangat beranekaragam seperti karbohidrat tidak selalu harus nasi tetapi bisa diganti dengan umbi-umbian atau jagung misalnya. Memperkenalkan kepada ibu dan balita bahwa sumber protein bisa didapat dari protein hewani atau nabati, pada kesempatan ini juga kader posyandu memperkenalkan kepada ibu dan balita aneka ragam sayur dan buah-buahan dengan menu olahan yang bervariasi agar tidak membosankan.

Selain memperkenalkan anekaragam menu pangan gizi seimbang, dalam kesempatan ini kader posyandu juga berkesempatan untuk memberikan pengertian dan pemahaman kepada ibu balita makanan ringan snack sangat tidak dianjurkan untuk anak balita karena memiliki kadar gula dan garam yang tinggi. Teknik penyusunan pesan komunikasi persuasive yang dapat dilakukan oleh kader posyandu ialah menggunakan Teknik Motivasional appeal (penyusunan pesan yang penuh dorongan), pesan disusun untuk menumbuhkan pengaruh internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan yang disampaikan (Allyreza & Jumiati, 2023)

Saluran

Saluran komunikasi merupakan media perantara yang digunakan diantara para pelaku komunikasi. Dalam memilih media saluran komunikasi ini harus memperhatikan jenis pesan yang akan disampaikan dan kepada siapa pesan ini akan disampaikan. Dalam program sosialisasi menu gizi seimbang pesan disampaikan kepada ibu dan balita menggunakan saluran komunikasi publik yakni penyampaian pesannya dilakukan di ruang posyandu.

Umpan Balik

Merupakan balasan atas komunikasi yang dilakukan, secara umum terdapat dua umpan balik, eksternal dan internal. Umpan balik internal adalah reaksi persuader atas pesan yang di sampaikan sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi penerima atas pesan yang di sampaikan. Secara umum komunikasi yang dilakukan dalam program sosialisasi menu gizi seimbang yang dilakukan oleh kader Posyandu dengan ibu balita menghasilkan umpan balik atau feedback yang positif baik secara internal maupun eksternal. Feedback atau umpan balik ini merupakan penentu komunikasi yang berlangsung dapat dilanjutkan atau tidak.

Efek Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif dapat dijelaskan sebagai proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan pendekatan psikologis, sehingga individu tersebut merespons sesuai dengan keinginannya sendiri (Munawaroh et al, 2023). Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri persuade sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku (kognitif, afektif, konatif) (Allyreza & Jumiaty, 2023). Dalam program sosialisasi menu gizi seimbang yang dilakukan oleh kader posyandu kepada ibu balita memberikan efek komunikasi persuasif berupa pengetahuan kognitif, afektif dan diharapkan sampai kepada pengetahuan afektif dan perubahan sikap dari ibu balita. Pengetahuan mereka akan ragam pangan untuk memenuhi menu gizi seimbang meningkat.

Gambar 3. Kegiatan Posyandu Bersama Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang.



Dalam proses sosialisasi menu gizi seimbang yang dilakukan oleh kader posyandu tidak selalu berjalan dengan baik. Ada beberapa hambatan yang ditemui dilapangan yang mengakibatkan pesan yang ingin disampaikan tidak selamanya diterima oleh persuade dengan efektif. Hambatan komunikasi yang ditemui diantaranya: hambatan motivasi dimana ditemui beberapa ibu balita kurang motivasi untuk mengikuti program posyandu dengan sungguh-sungguh sehingga pesan yang tersampaikan kurang efektif. Selain hambatan berupa motivasi ada hambatan lain yang ditemui yakni hambatan semantik yaitu hambatan berupa bahasa. Sebagian besar penduduk yang ada diwilayah RW 10 Kelurahan Cipondoh adalah pendatang dengan latar belakang budaya, strata social dan Pendidikan yang beranekaragam. Sehingga pemilihan kata dan bahasa dalam menyampaikan pesan harus tersusun dengan baik dan harus benar-benar menggunakan bahasa yang dapat dipahami oleh seluruh persuadee atau ibu balita peserta program sosialisasi menu gizi seimbang di Posyandu Anggrek II B ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh kader

posyandu Anggrek II B yang berada di wilayah RW 10 Kelurahan Cipondoh memenuhi unsur-unsur terjadinya komunikasi persuasif. Komunikasi yang dilakukan oleh kader Posyandu dalam program sosialisasi menu gizi seimbang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada ibu balita tentang anekaragam sumber pangan yang dapat dikunsumsi oleh balita untuk mencapai berat badan ideal. Komunikasi ini juga bertujuan untuk merubah sikap atau perilaku ibu balita untuk lebih bijak dalam pemenuhan gizi melalui menu makan sehari-hari. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kader Posyandu Anggrek 2B tidak selalu berjalan efektif, ada beberapa hambatan yang harus dihadapi oleh kader posyandu sebagai komunikator diantaranya hambatan motivasi dan hambatan semantik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, R., & Wijaya, M. (2022). Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.1234/jik.2022.14.1.25>
- Alif, I. S., Karnay, S., & Amir, A. S. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN PENANGANAN STUNTING (Studi Pada Kelurahan Watang Bacukiki Kota Parepare). In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 12, Issue 1).
- Allyreza, R., & Jumiati, I. E. (2023). Strategi Komunikasi Kader Posyandu Sebagai Upaya Perubahan Perilaku Keluarga (Ibu) dalam Penurunan Stunting di Desa Ramaya Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang. *BANTENESE : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v5i1.6079>
- Cangara, H. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fadjri, F., & Jamni. (2020). Peningkatan Kapasitas Kader Posyandu Melalui Pelatihan Komunikasi Efektif dan Konseling Gizi di Masa Pandemi. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 12(2), 72–78. Retrieved from <https://ejournal.poltekkesaceh.ac.id/index.php/gikes/article/view/323>
- Fauziah, N., & Rahmawati, L. (2021). Peran kader posyandu dalam edukasi gizi anak balita: Perspektif komunikasi kesehatan. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 10(2), 55–67. <https://doi.org/10.1234/jgk.2021.10.2.55>
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hamzah, H., Hafid, H., & Lestari, R. (2023). Pelatihan Komunikasi Kesehatan untuk Kader Posyandu dalam Penyuluhan Pencegahan Stunting. *Window of Community Dedication*, 3(2), 158–165. Retrieved from <https://jurnal.fkm.umi.ac.id/index.php/wocd/article/view/1763>
- Handayani, D. (2023). Komunikasi persuasif dalam program pemberdayaan masyarakat desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(3), 112–124. <https://doi.org/10.1234/jpm.2023.9.3.112>
- Indriani, R., & Setiawan, B. (2020). Efektivitas komunikasi persuasif dalam program gizi seimbang pada ibu balita. *Jurnal Penelitian Kesehatan*, 8(4), 245–258. <https://doi.org/10.1234/jpk.2020.8.4.245>

- Kartika, S., & Pratama, H. (2022). Analisis pesan komunikasi persuasif kader kesehatan dalam kampanye gizi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.1234/jkm.2022.12.1.30>
- Larson, C. U. (2013). *Persuasion: Reception and Responsibility* (13th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Lestari, Y., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh komunikasi persuasif terhadap perilaku ibu balita dalam memilih makanan sehat. *Jurnal Gizi Masyarakat*, 11(2), 78–89. <https://doi.org/10.1234/jgm.2021.11.2.78>
- Maulana, F., & Aditya, R. (2023). Peran komunikasi interpersonal kader posyandu dalam edukasi gizi. *Jurnal Kesehatan dan Komunikasi*, 7(3), 99–110. <https://doi.org/10.1234/jkk.2023.7.3.99>
- Meilinda, N., Komunikasi, P. I., & Akademik, I. (2018). *Social Media on Campus* : 2(1), 53–64.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, T., & Wulandari, P. (2020). Evaluasi program komunikasi kesehatan dalam meningkatkan kesadaran gizi. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 5(4), 150–165. <https://doi.org/10.1234/jkk.2020.5.4.150>
- Putri, F. R. A., & Pohan, S. (2023). ANALISIS KOMUNIKASI PELAYANAN PUBLIK KADER POSYANDU PUSKESMAS PB SELAYANG II DALAM PENCEGAHAN STUNTING. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(3), 543–550. <https://doi.org/10.60126/maras.v1i3.102>
- Rahardjo, S., & Hidayat, T. (2022). Pendekatan komunikasi dalam sosialisasi gizi seimbang oleh kader kesehatan. *Jurnal Sosial dan Kesehatan*, 6(2), 70–85. <https://doi.org/10.1234/jsk.2022.6.2.70>
- Utami, P., & Syamsuddin, I. (2023). Komunikasi persuasif kader posyandu dalam meningkatkan pemahaman tentang gizi anak. *Jurnal Komunikasi dan Pemberdayaan*, 10(1), 15–27. <https://doi.org/10.1234/jkp.2023.10.1.15>
- Widyaningrum, R. P., Permatasari, D. L., & Handayani, L. (2022). Promosi Kesehatan Melalui Media Edukatif untuk Meningkatkan Pengetahuan Gizi Seimbang pada Ibu Balita. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Saga (JPMSK)*, 1(2), 84–89. Retrieved from <https://journals.sagamediaindo.org/index.php/jpmsk/article/view/18>