

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial, manusia hidup bersama dan saling membutuhkan. Kehidupan manusia menjadi lebih bermakna melalui komunikasi, yang memungkinkan terjadinya interaksi antara individu, kelompok, atau organisasi. Hubungan antar manusia terbentuk melalui komunikasi verbal dan nonverbal (seperti simbol/tanda, gambar, atau media komunikasi lainnya). Salah satu fungsi sosial manusia adalah berkomunikasi. Manusia tidak pernah berhenti berbicara satu sama lain. Orang selalu membutuhkan bantuan orang lain untuk berkomunikasi (Hariyanto, 2021). Terdapat tiga tujuan untuk setiap komunikasi pertama adalah tujuan informatif, yang berfokus pada penyampaian ide dan konsep melalui pendekatan pikiran. Yang kedua adalah tujuan persuasif, yang berfokus pada menggunakan pendekatan emosional untuk mempengaruhi perasaan orang. Terakhir, tujuan hiburan, di mana komunikasi dilakukan untuk menghibur orang lain, seperti mengadakan pertunjukan tertentu.

Menurut Zikri (2017) dalam Jurnalnya Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian, komunikasi terjadi ketika orang-orang yang terlibat dalam interaksi memiliki pemahaman yang sama tentang apa yang sedang dibicarakan. Ketika ini terjadi, hubungan antara komunikator dan komunikan menjadi komunikatif. Hakikat utama komunikasi adalah proses komunikasi yang menunjukkan hubungan antara pengirim dan penerima pesan yang melampaui ruang dan waktu. Makna komunikasi melampaui ruang dan waktu adalah memungkinkan kita berkomunikasi dengan orang lain dalam berbagai situasi dan pada waktu yang berbeda. Menurut Littlejohn dan Foss, karena banyaknya istilah dan maknanya, komunikasi dianggap sebagai konsep yang abstrak. Menafsirkan, mengirim, dan menerima simbol adalah langkah pertama dalam komunikasi, yang dapat dikatakan sebagai aktivitas komunikatif. Menurut Dyatmika (2020) perilaku manusia dapat melibatkan komunikasi, namun tidak semua perilaku manusia adalah komunikasi, komunikasi terkait dengan penafsiran.

Komunikasi memiliki tujuan secara umum mengharapkan adanya umpan balik yang direspon oleh lawan bicara, serta semua pesan yang telah disampaikan dapat diterima oleh lawan bicara dan efeknya terjadi setelah melakukan komunikasi (Nuzuli, 2022). Ada beberapa tujuan komunikasi :

1. Perubahan sikap

Komunikasi memiliki tujuan salah satunya dapat merubah atau mempengaruhi sikap dari seseorang, setelah terjadinya sebuah pertukaran informasi yang disampaikan oleh komunikator tahap selanjutnya adalah melihat komunikan terpengaruh atau tidak terhadap informasi yang sudah diterima.

2. Perubahan pendapat

Didalam komunikasi dapat terjadi perubahan opini atau pendapat seseorang sesuai harapan dari komunikator oleh komunikannya.

3. Perubahan perilaku

Tujuan dari komunikasi adalah seseorang yang menerima informasi akan bertindak perilaku sesuai dengan informasi yang menstimulus dengan harapan komunikator mencapai tujuannya untuk merubah perilaku seseorang.

4. Perubahan sosial

Hal ini dapat merubah serta mempengaruhi masyarakat maka terjadinya suatu perubahan sosial dalam hal ini mengikuti isi pesan komunikasi yang sudah disampaikan.

### **2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi**

Komunikasi kesehatan adalah bagian dari rencana promosi aktivitas untuk mendukung publik kesehatan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada grup atau audiences. Komunikasi kesehatan adalah proses mengirimkan rangsangan stimulus melalui simbol bahasa atau gerakan (non-verbal) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (cangara, 2004) ada beberapa unsur utama di bidang komunikasi kesehatan :

1. Sumber dapat berupa individu, kelompok, institusi, atau organisasi. Orang terpapar komunikasi dari berbagai sumber, tetapi sumber adalah pencetus pesan. Sumber merupakan elemen yang mencakup asal mula utama dari sebuah proses komunikasi kesehatan. Sumber akan berperan sebagai pengirim informasi atau sering dikenal dengan sebutan komunikator. Selain komunikator, sumber dalam elemen komunikasi juga dapat disebut sebagai source, sender, atau encoder.
2. Penerima target pengiriman pesan oleh sumber adalah audiens, yang juga dikenal sebagai penerima. Proses komunikasi tidak akan lengkap jika tidak ada unsur penerima. Pesan yang akan disampaikan harus memiliki tujuan, di sini penerima pesan akan menelaah pesan tersebut atau mendapatkan informasi baru. Mereka yang menerima pesan biasanya disebut sebagai penerima atau decoder. Audiens yang dituju adalah hal pertama yang harus dipikirkan ketika merencanakan komunikasi. Hal ini berlaku jika konteksnya adalah isu kesehatan, dalam hal ini, audiens yang dituju adalah mereka yang terkait dengan isu kesehatan, baik audiens primer (utama) maupun audiens sekunder (pendukung).
3. Pesan dalam proses komunikasi, pesan yang dimaksud adalah apa yang disampaikan baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi. Ada banyak jenis pesan yang dapat disampaikan, termasuk ilmu pengetahuan, ajakan, himbuan, hiburan, informasi, bimbingan, atau propaganda. Tujuan dari komunikasi kesehatan, seperti proses komunikasi lainnya, adalah menyampaikan pesan. Selain itu, ada tujuan pesan yang harus disampaikan kepada audiens. Komunikasi tidak terjadi jika tidak ada pesan yang dikirim dari sumber ke penerima. Komunikasi sebagai proses. Dalam prinsip-prinsip komunikasi kesehatan, pesan, yang juga disebut konten, sangat penting.
4. Media adalah elemen penting dalam komunikasi kesehatan. Media dapat digunakan untuk mengirimkan pesan ke orang yang dimaksud. Format media komunikasi dipengaruhi oleh jenis pesan yang disampaikan dan tujuan dari proses komunikasi kesehatan. Di antara jenis media lain yang digunakan dalam komunikasi interpersonal, panca indera dianggap sebagai

media komunikasi. Contohnya media cetak seperti pamflet dan poster, media siaran seperti radio dan televisi, media digital sosial media.

5. Selain itu, umpan balik akan menjadi bagian dari komunikasi kesehatan. Penerima akan memberikan tanggapan terhadap apa yang disampaikan oleh sumber. Umpan balik memiliki atau tidak pengaruh pada transmisi pesan dan menyebabkan perubahan pengetahuan. Efek umpan balik mengacu pada perubahan pengetahuan, sikap, praktik, atau perilaku penerima. Perubahan yang diinginkan dalam pengetahuan, sikap, atau praktik penerima memiliki dampak positif, sedangkan perubahan yang tidak diinginkan memiliki dampak negatif. Dalam pendidikan dan promosi kesehatan, tujuan Anda adalah untuk meningkatkan atau mengubah kesehatan dengan mengubah faktor-faktor yang memengaruhi.

### **2.1.2 Bentuk Komunikasi**

Dasar dari komunikasi pada hakikatnya suatu kegiatan yang berupaya untuk menyampaikan pesan-pesan berkaitan dengan masyarakat, kelompok, maupun individu. Untuk melakukan komunikasi dengan tujuan tercapainya yakni perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah bentuk. Bentuk ini harus berbeda antara sasaran massa, sasaran individu, maupun kelompok (Mustafa et al., 2018).

1. Individual (Perorangan)

Dengan pendekatan individual ini dilakukan karna setiap orang pastinya memiliki masalah bahkan suatu alasan yang berbeda-beda sehubungan dengan penerimaan atau perilaku baru tersebut. Jadi petugas kesehatan dapat mengetahui dengan tepat bagaimana caranya membantu, maka diperlukan bentuk pendekatan berikut ini : Penyuluhan dan bimbingan (*counseling dan guidance*)

2. Kelompok

Dalam metode kelompok, kelompok sarannya mengingat tingkat pendidikan formal dari sasaran. Untuk kelompok besar, metode digunakan akan lain dengan kelompok kecil, ini akan memengaruhi efektifitas suatu metode untuk melakukan sosialisasi.

### 3. Masaa

Metode masa komunikasi kesehatan untuk mengkomunikasikan pesan-pesan mengenai kesehatan yang ditujukan untuk masyarakat dan sifatnya publik atau massa. Dengan ini informasi akan tersebar dengan luas dan cepat ke berbagai kalangan. Contohnya :

- a. Diskusi tentang kesehatan melalui media elektronik, tv, radio, media sosial
- b. Menggunakan Koran atau majalah dalam bentuk artikel mengenai kesehatan
- c. Spanduk, poster, bill board, dan leaflet juga merupakan bentuk kesehatan massa.

## **2.2 Perencanaan Komunikasi**

Istilah secara sederhana mengenai perencanaan komunikasi berasal dari kata perencanaan dan komunikasi keduanya dapat didefinisikan sebagai proses penerapan kebijakan komunikasi. Komunikasi perencanaan adalah dua konsep dasar yang saling berkaitan tetapi berbeda. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi atau pesan, sedangkan perencanaan adalah aspek yang meliputi manajemen dari perencanaannya. Oleh karena itu, kebijakan yang telah ditetapkan harus digunakan saat menjalankan program komunikasi seperti pemasaran, kampanye, pencitraan, dan kegiatan pemberdayaan dan kerja sama. Ini dilakukan untuk mencegah perencanaan yang dibuat melanggar kebijakan. Akibatnya perencanaan komunikasi harus mempertimbangkan kebijakan komunikasi aturan yang telah dibuat oleh pihak terkait. Salah satu hal yang diperhatikan dari perencanaan dalam fungsi manajemennya. Oleh karena itu tidak mengherankan bahwa penelitian tentang perencanaan komunikasi melihat perencanaan dari sudut pandang manajemen. Perencanaan adalah proses menentukan hasil akhir yang ingin dicapai sejak awal, ini menunjukkan bahwa organisasi telah merencanakan hasil sebelum memulai program yang akan dilaksanakan (Dewi, 2016).

Perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi menurut Rogers, bahwa strategi komunikasi adalah rencana yang dirancang untuk mengubah tingkah laku manusia pada skala yang lebih besar melalui penyebaran gagasan baru. Namun,

middleton menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran penerima dan pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang ideal. Pemilihan strategi adalah bagian penting dari perencanaan komunikasi, dan harus dilakukan dengan hati-hati dalam perencanaannya (Junaidi, 2018). Perencanaan komunikasi sangat penting untuk kesuksesan suatu organisasi atau lembaga karena membantu kita memastikan bahwa pesan yang kita bawakan sesuai dengan tujuan.

### **2.2.2 Model Perencanaan Komunikasi**

Menurut Cangara (2013) Dalam perencanaan komunikasi ada 2 model yang dapat dibedakan, diantaranya :

1. Model fungsional yang dimana berusaha untuk mengidentifikasi dan menggeneralisasikan hubungan tertentu yang ada di antara komponen suatu proses. Ilmu pengetahuan tentang tingkah laku manusia.
2. Model operasional menggambarkan proses dengan cara melakukan langkah-langkah pelaksanaan program dengan berusaha menentukan tugas dan hubungan antar komponen pendukung serta membuat proyeksi kemungkinan yang dapat mempengaruhi proses pelaksanaan.

### **2.2.3 Elemen-Elemen Perencanaan Komunikasi**

Menurut Hidayat (2015) terdapat beberapa elemen utama di dalam perencanaan komunikasi, yaitu :

1. Tujuan kondisi masa depan yang ingin dicapai.
2. Aksi serangkaian tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.
3. Sumber daya hal-hal yang dibutuhkan untuk melaksanakan tindakan.
4. Pelaksanaan bagaimana kegiatan dilakukan.

Perencanaan komunikasi dinilai berhasil ditunjang elemen-elemen yang terdapat dalam komunikasi diantaranya :

1. Komunikator yang menyampaikan pesan
2. Pesan atau informasi yang disampaikan
3. Media sebagai sarana komunikasi

4. Komunikasikan menjadi sasaran yang menerima pesan
5. Umpan balik komunikasi terhadap pesan yang diterimanya.

#### **2.2.4 Teori Perencanaan Komunikasi Charles Berger**

Teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah Teori Perencanaan (Theory Of Planning). Perencanaan yakni suatu proses untuk menentukan tindakan apa yang akan dilakukan di masa depan dengan melalui urutan pilihan, mempertimbangkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Charles Berger menciptakan teori perencanaan, yang membahas bagaimana orang atau organisasi merancang perilaku komunikasi. Teori-teori yang berkaitan dengan penyusunan pesan menggambarkan situasi yang kompleks di mana pelaku komunikasi melakukan rangkaian penyusunan pesan yang sesuai dengan niatnya dan sesuai dengan konteks (Effendy, 2017).

Teori perencanaan dalam bidang komunikasi di cetus pertama kali oleh Charles Berger (2007) dalam jurnal milik (Saleh & Fitrah Muzakkir, 2018) teori ini menjelaskan dalam proses yang dilalui pada saat merencanakan Perilaku komunikasi adalah gambaran hierarkis kognitif dari serangkaian langkah untuk mencapai tujuan. Teori perencanaan ini sebenarnya mencakup teori ilmu komunikasi tentang perencanaan, Teori perencanaan ini muncul sebagai tanggapan terhadap keyakinan bahwa komunikasi adalah suatu proses pencapaian tujuan. Orang melakukan aktivitas komunikasi untuk mencapai tujuan, bukan hanya karena harus. Rangkaian perencanaan kognitif memberikan panduan penting untuk menyusun dan mengirim pesan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kemampuan para pelaku komunikasi untuk berkomunikasi secara efektif sangat bergantung pada kualitas perencanaan pesan mereka karena proses penyampaian pesan yang terencana dengan baik membantu mereka mencapai tujuan dengan lebih cepat.

Pelaksanaan proses komunikasi pasti penuh dengan sejumlah tantangan, sehingga perencanaan komunikasi sangat penting untuk mengatasi potensi hambatan dan mencapai komunikasi yang efektif. efisiensi komunikasi. Di antara beberapa cara perencanaan komunikasi dapat didefinisikan, ringkasnya, perencanaan komunikasi adalah upaya metodis dan jangka panjang untuk

menggunakan komponen-komponen komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. elemen-elemen komunikasi. Elemen komunikasi tersebut adalah sumber, pesan, media, khalayak, dan efek. Perencanaan komunikasi membutuhkan model dan tahapan perencanaan untuk memudahkan membuat langkah-langkah perencanaan yang akan dilakukan. Perencanaan komunikasi dibuat untuk membantu melihat bagaimana pesan yang akan disampaikan dapat sesuai dengan target sasaran.

Penelitian ini mengacu pada teori perencanaan karena perencanaan merupakan bagian penting dari kegiatan komunikasi, yang dimana topik penelitian ini berfokus pada Komunikasi Kesehatan yang telah dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Malang dalam mensosialisasikan pencegahan stunting. Dengan menerapkan teori ini, dapat dipahami bahwa kegiatan komunikasi yang efektif memerlukan perencanaan yang terstruktur. Sebagaimana dinyatakan Canggara (2013) dalam jurnal milik (Saleh & Fitrah Muzakkir, 2018) mengemukakan perencanaan komunikasi di maksudkan untuk mengatasi adanya hambatan, rintangan agar mencapai efektivitas, sedangkan untuk fungsi dan kegunaannya adalah untuk melaksanakan program-program yang diinginkan, baik itu untuk pencitraan maupun tujuan lainnya.

Menurut Dilla (2007) dalam jurnal milik (Erisa, 2018) mengatakan apabila merencanakan suatu kegiatan diperlukan sebuah rancangan rencana guna untuk mencapai sesuai yang diharapkan untuk masa yang akan datang. Perencanaan komunikasi adalah yang digunakan dalam bidang komunikasi untuk itu mencapai sebuah tujuan. Perencanaan yang disusun harus melewati lima tahapan dalam perencanaannya sehingga kegiatan mencapai sasaran yang dituju.

Adapun beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Analisis khalayak

Analisis khalayak diperlukan untuk menyasar target sasaran untuk program yang akan diselenggarakan dilakukan dengan perencanaan komunikasi hingga komunikasi kesehatan yang akan dilakukan dapat sesuai dengan kebutuhan khalayak.

2. Penentuan tujuan

Dalam perencanaan komunikasi yang ingin dicapai semua harus jelas hingga semua pihak terkait paham dan mengerti apa yang dihasilkan oleh perencanaan komunikasi yang akan dilakukan.

3. Pemilihan media

Media sebagai alat untuk menyebarkan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat sehingga dapat diterima dengan baik tujuan dari pembuatan pesan, maka penting untuk memilih media yang akan digunakan.

4. Rancangan pesan

Menentukan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak yang berisikan ajakan agar mengikuti apa yang telah menjadi tujuan dari kegiatan sosialisasi yang disampaikan.

5. Evaluasi

Elemen ini adalah cara menilai keberhasilan kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan, elemen ini penting dari sebuah perencanaan adalah evaluasi.

### **2.2.5 Sosialisasi**

Mc shane dalam (Rahmawati et al., 2022) menyatakan bahwa sosialisasi ialah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk membangun sebuah perubahan, pengetahuan, sikap mental, dan perilaku target sasaran terhadap pembaharuan ide yang ditawarkan. Di dalam kegiatan sosialisasi, komunikasi adalah aspek yang sangat penting, karena komunikasi menjadi sebuah tolak ukur keberhasilan atau tidaknya dalam proses sosialisasi. Melalui sosialisasi, diharapkan individu dapat merubah cara berpikir dan kebiasaan dalam kehidupannya. Pada proses sosialisasi ini individu dapat mengetahui bagaimana mereka harus bertindak dalam bermasyarakat. Melalui sosialisasi dapat membentuk kepribadian seseorang, dimana kepribadian inilah bagian dari pemberi atau penyebab bentuk perilaku sosial manusia. Sosialisasi dikatakan berperan sebagai media pembelajaran melalui kegiatan masyarakat dalam peran sosial, maka sosialisasi juga dapat dikaitkan dengan fungsi sosial atau peran sosial masyarakat (Rahmawati et al., 2022).

Salah satu cara untuk melakukan pengendalian sosial (sosial control) adalah sosialisasi. Jika suatu masyarakat ingin berfungsi dengan baik, anggota masyarakat harus berperilaku sesuai dengan nilai dan norma sosial yang mengatur kehidupan mereka. Dalam proses sosialisasi, seseorang dikontrol untuk tidak berperilaku menyimpang sebagai anggota masyarakat. Komunitas menghasilkan kebiasaan, keinginan, dan adat istiadat. Perencanaan adalah langkah pertama dalam sosialisasi. Menurut Keufman, perencanaan didefinisikan sebagai metode untuk menentukan arah sosialisasi dengan melakukan analisis masalah dan menetapkan langkah apa yang harus ditentukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian perencanaan dapat didefinisikan sebagai metode untuk menetapkan secara khusus mengenai tercapainya tujuan dan teknik atau langkah yang harus diambil untuk mencapai tujuan tersebut (Rahmawati et al., 2022).

Fungsi perencanaan untuk menganalisis dan mengetahui sebuah masalah, memberi arahan, memobilisir sumber daya yang tidak digunakan, mengontrol, memperkirakan, adanya jalan alternatif dan mengevaluasi. Middleton dalam Cangara (2014) menyatakan bahwa untuk memperoleh data dan upaya dalam mengetahui kebutuhan publik dan masyarakat, perlu langkah pertama dengan adanya sebuah riset.

Adapun aspek-aspek dalam sosialisasi yang dikemukakan oleh Venus (2019) sebagai berikut :

1. Analisis masalah

Dalam komunikasi pelaksanaan akan dapat diukur dan terpacu jika sebelumnya telah melakukan analisis masalah. Analisis masalah lebih baik dilakukan oleh kedua belah pihak internal dan eksternal dalam program komunikasi.

2. Penyusunan tujuan

Setelah melakukan analisis masalah, langkah berikutnya adalah membuat tujuan. Menyusun tujuan sangat penting untuk memastikan bahwa program sosialisasi atau kampanye yang telah direncanakan berjalan dengan baik dan berhasil.

3. Identifikasi segmentasi sasaran

Identifikasi segmentasi sasaran penting untuk mengetahui sasaran kegiatan komunikasi. Ini akan memberi arahan tentang apa yang harus dilakukan untuk sasaran yang telah ditetapkan.

4. Menentukan pesan

Tentukan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Pesan harus mengajak mereka untuk mengikuti tujuan kampanye atau kegiatan sosialisasi.

5. Strategi taktik

Strategi taktik adalah cara yang digunakan untuk mengarah pada situasi tertentu, dan berdasarkan pada analisis masalah dan menetapkan tujuan yang telah dilakukan.

### **2.2.6 Tujuan Sosialisasi**

Salah satu tujuan sosialisasi adalah untuk memberikan suatu proses sosial di mana masyarakat diajarkan untuk mengetahui, memahami, dan menerima norma dan nilai yang berlaku dalam tatanan hidup serta merubah kebiasaan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi pola berpikir dan kebiasaan baru. Untuk mencapai tujuan ini, proses yang tepat diperlukan (Sartika, 2015) Didalam sosialisasi adapun terdapat agen-agen yang termasuk didalamnya sebagai berikut ini :

1. Yang memiliki pengaruh terbesar terhadap sosialisasi adalah keluarga. Pertama, keluarga adalah kelompok pertama yang selalu berinteraksi satu sama lain. Kedua, orang tua adalah orang yang paling bertanggung jawab untuk mendidik anak-anaknya, sehingga mereka dapat membentuk ikatan emosional yang membutuhkan sosialisasi.
2. Proses sosialisasi setelah keluarga dipengaruhi oleh lingkungan, teman bermain, dan kelompok bermain yang dimiliki orang saat bepergian. Kelompok rekan bermain yang banyak memiliki dampak yang signifikan pada pembentukan kepribadian seseorang, meskipun rekan bermain pada dasarnya adalah kelompok kecil yang hanya bertujuan untuk rekreatif.
3. Media yang bersifat cetak, media maya, media audio visual

### **2.2.7 Sosialisasi Bentuk Dari Aktifitas Komunikasi**

Bagian dari upaya seseorang untuk menyebarkan pengetahuan, prinsip, dan kebiasaan untuk dipahami oleh masyarakat disebut sosialisasi. Selain itu, sosialisasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Yang pertama adalah pertemuan langsung di acara resmi atau tidak resmi; yang kedua adalah melalui media seperti poster, video, dan media cetak dan internet lainnya. Sosialisasi terjadi dengan dua cara, dengan secara langsung atau secara pribadi atau yang disebut dengan secara tidak langsung seperti melalui media massa. Proses sosialisasi dapat berjalan dengan lancar tanpa menyadari bahwa individu sedang mengalami proses sosialisasi, atau dengan sengaja memperkenalkan diri kepada lingkungan sosial tertentu. Ini sering terjadi dalam konteks kelompok masyarakat di dalam kehidupan sosial (dwi, bagong, 2005).

### **2.2.8 Stunting**

Stunting adalah masalah gizi jangka panjang yang terjadi pada anak di bawah usia lima tahun, ditandai dengan tinggi badan yang lebih pendek atau kurang dari standar anak seusianya. Kondisi ini dapat terjadi akibat kekurangan gizi yang dialami selama 1000 hari pertama kehidupan, yang mengakibatkan gangguan pertumbuhan pada bayi usia 0-11 bulan dan anak usia 12-59 bulan. Faktor lain yang berkontribusi terhadap stunting termasuk kurangnya pengetahuan ibu mengenai gizi yang cukup sebelum, selama, dan setelah kehamilan, kurangnya dukungan untuk pemberian ASI eksklusif, serta defisiensi zat gizi dari makanan hewani dan sumber air yang tidak higienis (Sukanti & Faidati, 2021). Di antara berbagai kondisi medis yang menyebabkan stunting adalah berbagai faktor ibu, termasuk status gizi ibu yang buruk selama kehamilan, perawakan ibu yang kecil, dan pengasuhan yang buruk, terutama dalam hal perilaku anak dan praktik pemberian makan. Ibu yang kekurangan gizi pada masa remajanya akan berdampak pada janin. Pemberian ASI eksklusif juga berdampak besar pada pertumbuhan tubuh. Penyakit ibu, kehamilan remaja, jarak kehamilan yang terlalu dekat, infeksi balita seperti diare, dan perubahan dalam ekonomi, pekerjaan, dan kehidupan keluarga juga dapat menyebabkan stunting. Akses terhadap air dan sanitasi yang buruk adalah masalah lain yang sangat memengaruhi pertumbuhan anak (komalasari et al., 2020)

Ada beberapa studi sebelumnya yang relevan, dengan meninjau penelitian terdahulu peneliti juga dapat menambah referensi. Beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Penelitian pertama dari penelitian yang dilakukan oleh Siti Isnainiah munaroh pada tahun 2020, skripsinya yang berjudul "Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Ponorogo dalam Mensosialisasikan Program Pencegahan Penyakit Menular Covid-19". Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung. Penelitian ini melibatkan dua informan, yaitu Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Kepala Sub Bagian Program Informasi dan Humas. Penelitian ini menjadi rujukan oleh peneliti karena memiliki metode dan menggunakan teori yang sama, yaitu teori perencanaan dari Charles berger. tetapi dengan subjek penelitian yang berbeda. Dari hasil penelitian, terlihat bahwa Dinas Kesehatan Kabupaten Ponorogo menerapkan berbagai langkah, termasuk menggunakan komunikasi langsung dan tidak langsung dalam menyebarkan informasi tentang pencegahan penyakit Covid-19. Proses sosialisasi yang di dapatkan dari hasil penelitian ini merumuskan beberapa strategi komunikasi mulai dari mengenal khayalak, menyusun isi pesan, memilih metode dan seleksi dalam penggunaan media. Metode yang ditemukan dari hasil penelitian ini adalah metode redudency, informative, edukatif, serta persuasif. Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi peneliti mengenai strategi komunikasi dengan teori perencanaan yang digunakan.
2. Studi kedua dari riset yang dilakukan oleh Fadilla Isra berjudul "Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Measles Rubella". Riset ini membahas strategi komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi tentang program imunisasi measles-rubella (MR). Program ini merupakan inisiatif Kementerian Kesehatan RI untuk mencapai eliminasi campak dan rubella di Indonesia pada tahun 2020. Pertanyaan penelitian yang diformulasikan adalah "Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas

Kesehatan Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program imunisasi measles-rubella?". Naramsumber studi ini terdiri dari tiga orang informan, yaitu kepala bidang pencegahan pengendalian penyakit, kepala seksi surveilans dan imunisasi, serta kepala seksi promosi kesehatan. Metode yang diterapkan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta didukung oleh teori Lasswell. Hasil studi menunjukkan bahwa meskipun strategi komunikasi telah diimplementasikan, upaya sosialisasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau belum mencapai hasil optimal karena belum tercapainya target imunisasi yang ditetapkan dan masih adanya kontroversi di kalangan masyarakat Provinsi Riau.

Penelitian yang di uraikan diatas adalah referensi bagi peneliti guna melakukan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai perencanaan komunikasi dinas kesehatan kota malang untuk mensosialisasikan program stunting. Dua penelitian yang dijadikan acuan ada terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang nantinya bisa menambah sudut pandang peneliti ketika memjabarkan dan menganalisis hasil penelitian.