

PESAN KOMUNIKASI KESEHATAN INSTAGRAM @DINKESKAB.GARUT DALAM EDUKASI GIZI TERKAIT STUNTING PADA IBU MUDA DALAM MENDUKUNG SDGs 3

Nyinyi Fatimah¹, Ummu Salamah², Iis Zilfah Adnan³

^{1,2,3}Universitas Garut, Indonesia

Email: 24071122046@fkominfo.uniga.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk dan makna pesan komunikasi kesehatan terkait edukasi gizi yang disampaikan melalui Instagram dengan menggunakan kerangka teori *Health Belief Model* (HBM). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis konten dan wawancara mendalam terhadap dua informan ibu muda serta dua narasumber ahli di bidang komunikasi kesehatan dan kesehatan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan yang disampaikan melalui akun Instagram @dinkeskab.garut telah merepresentasikan enam konstruk utama *Health Belief Model* (HBM), yaitu *perceived susceptibility*, *perceived severity*, *perceived benefits*, *perceived barriers*, *cues to action*, dan *self-efficacy*. Pesan disampaikan melalui infografis, video edukasi, serta caption yang menggunakan bahasa sederhana sehingga mudah dipahami oleh ibu muda. Konten mampu meningkatkan kesadaran mengenai risiko dan dampak stunting, memberikan pemahaman tentang manfaat pemenuhan gizi seimbang, mendorong tindakan pencegahan melalui ajakan yang persuasif, serta meningkatkan keyakinan ibu muda dalam menerapkan perilaku gizi sehat. Oleh karena itu, perlu adanya penambahan informasi yang lebih praktis, seperti contoh menu bergizi dengan bahan pangan lokal, solusi terhadap hambatan ekonomi dan waktu, data stunting Kabupaten Garut, serta testimoni atau pengalaman nyata agar pesan kesehatan lebih mudah diterapkan.

Kata Kunci: Stunting, Komunikasi Kesehatan, Instagram, *Health Belief Model*, SDGs 3.

Abstract

This study aims to analyze the form and meaning of health communication messages related to nutrition education delivered through Instagram using the Health Belief Model (HBM) theoretical framework. This study employed descriptive qualitative methods with content analysis techniques and in-depth interviews with two young mothers and two expert sources in the fields of health communication and public health. The results indicate that the health communication messages delivered through the @dinkeskab.garut Instagram account represent the six main constructs of the Health Belief Model (HBM): perceived susceptibility, perceived severity, perceived benefits, perceived barriers, cues to action, and self-efficacy. The messages are delivered through infographics, educational videos, and captions using simple language that is easy for young mothers to understand. The content raises awareness of the risks and impacts of stunting, provides an understanding of the benefits of a balanced diet, encourages preventative action through persuasive calls, and increases young mothers' confidence in adopting healthy nutritional behaviors. Therefore, more practical information is needed, such as examples of nutritious menus using local ingredients, solutions to economic and time constraints, stunting data from Garut Regency, and testimonials or real-life experiences to make the health messages more easily implemented.

Keywords: Stunting, Health Communication, Instagram, *Health Belief Model*, SDGs 3.

A. PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan fondasi utama dalam pembangunan manusia yang memungkinkan setiap individu untuk berkembang secara holistik dan bermartabat (Rahmadiana, 2025). Salah satu indikator krusial dalam kesehatan masyarakat adalah pemenuhan kebutuhan gizi yang memadai, khususnya di kabupaten Garut bagi ibu muda yang memiliki peran sentral dalam membentuk pola makan keluarga. Kesehatan bukan sekedar indikator statistik, melainkan pilar fundamental dalam fondasi pembangunan berkelanjutan yang diamanatkan oleh agenda global *Sustainable Development Goals* (SDGs). Sejalan dengan komitmen internasional untuk memanusiakan pembangunan, poin ketiga dari 17 SDGs menegaskan sebuah visi kolektif untuk “menjamin kehidupan yang sehat dan mendorong kesejahteraan bagi semua orang di segala usia.

Masalah stunting masih menjadi perhatian serius dalam pembangunan kesehatan di dunia terutama di Indonesia. Kondisi idealnya, anak-anak memperoleh asupan gizi yang cukup sehingga pertumbuhan fisik dan perkembangan kognitif dapat berlangsung optimal. Namun secara faktual, berdasarkan hasil survei kesehatan Indonesia (SKI) angka stunting di kabupaten Garut naik dari 23,6% menjadi 24,1% pada tahun 2023. Data dari survei status gizi Indonesia (SSGI) tahun 2024 yang rilis oleh kementerian kesehatan menggambarkan sebuah tantangan besar, di mana prevalensi stunting pada balita masih menyentuh angka 19,8%. Konsisi ini bukan sekedar statistik, melainkan sebuah panggilan bagi pemerintah untuk mempertegas komitmen dalam menurunkan angka tersebut menjadi 14,2% pada nasional (RPJMN) melalui Koordinasi Sekretariat Wakil Presiden dan Bappenas.

Permasalahan utama yang muncul adalah kesenjangan pengetahuan mengenai pemenuhan gizi, terutama pada ibu muda yang berada dalam massa awal pengasuhan. Persoalan gizi kronis, khususnya stunting, tetap menjadi tantangan kesehatan yang mendesak di Indonesia, termasuk bagi masyarakat di Kabupaten Garut. Secara klinis, stunting mencerminkan terhambatnya proses pertumbuhan fisik balita akibat defisiensi nutrisi yang berlangsung dalam jangka waktu lama. Secara teknis, kondisi ini diidentifikasi melalui indikator antropometri, di mana nilai z-score panjang badan menurut umur (PB/U) atau tinggi badan menurut umur (TB/U) menunjukkan angka di bawah -2 Standar Deviasi (SD) sesuai dengan standar pertumbuhan internasional.

Fokus penelitian ini terletak pada dimensi *perceived barriers*, yaitu hambatan yang dirasakan ibu muda dalam menerapkan perilaku gizi sehat. Meskipun informasi terkait gizi dan pencegahan stunting telah banyak disebarkan melalui berbagai media, termasuk instagram, kenyataanya masih terdapat banyak kesenjangan antara pengetahuan dan praktik. Di kabupaten Garut, hambatan yang dominan meliputi keterbatasan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan protein hewani, keterbatasan waktu dalam menyiapkan makanan bergizi, serta persepsi bahwa makanan sehat cenderung mahal dan sulit diolah. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan kesehatan tidak cukup hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga harus merasakan hambatan yang dirasakan audiens. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana akun instagram @dinkeskab.garut mengonstruksi pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga solutif dalam menjawab hambatan tersebut. Namun, di balik parameter medis tersebut, stunting pada dasarnya adalah potret masa depan anak yang perlu kita jaga (Ernawati, 2022). Kondisi ini bukan sekedar soal tinggi badan yang tidak optimal, melainkan wujud dari terhambatnya hak anak untuk tumbuh dan berkembang secara sempurna. Oleh karena itu, pemahaman yang tepat mengenai standar pertumbuhan ini menjadi sangat penting bagi setiap keluarga agar langkah-langkah pencegahan dapat dilakukan sejak dini demi masa depan generasi yang lebih sehat dan berdaya.

Banyak ibu muda dari umur 20-30 tahun masih kurang memahami konsep gizi seimbang, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan angka stunting, kekurangan gizi, dan kebiasaan konsumsi yang tidak sehat di berbagai daerah Indonesia, termasuk

Kabupaten Garut (Dwijayanti, 2020; Safitri, 2022). Malnutrisi pada anak-anak tetap menjadi tantangan kesehatan masyarakat yang mendalam dan membebani dunia secara global, terutama di negara-negara berkembang. Dalam mengatasi permasalahan tersebut maka diberlakukan suatu program yaitu *Sustainable Development Goals* (SDGs), Indonesia masuk ke dalam salah satu upaya untuk meningkatkan dan memajukan kesejahteraan masyarakat. SDGs adalah program lanjutan dari MDGs atau Millenium Development Goals yang melibatkan banyak negara maju, berkembang, ataupun negara kurang maju.

Sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) poin ke-3, yaitu *Good Health and Well-Being*, pemerintah Indonesia secara konsisten berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya gizi seimbang melalui berbagai cara edukasi yang bertujuan untuk mendorong kesejahteraan individu dan keluarga. Salah satu pendekatan strategis yang kini semakin diperkuat adalah pemanfaatan media sosial sebagai kanal komunikasi publik yang efektif. Platform digital ini menyediakan ruang interaktif yang memungkinkan lembaga pemerintah menyampaikan informasi kesehatan dengan cara yang lebih cepat, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya generasi muda dan ibu muda yang aktif terlibat dalam ekosistem daring.

Dalam konteks ini, Dinas Kesehatan Kabupaten Garut (Dinkes Garut) memanfaatkan akun resmi Instagram @dinkeskab.garut sebagai media informasi dan edukasi kesehatan. Melalui unggahan berupa infografis, video pendek, maupun kampanye tematik, akun ini berupaya menyampaikan pesan kesehatan yang berkaitan dengan gizi, pola hidup sehat, dan pencegahan penyakit. Namun demikian, efektivitas dan bentuk pesan yang disampaikan masih perlu dikaji lebih dalam untuk mengetahui sejauh mana pesan tersebut bermakna, mudah dipahami, dan mampu membangun kesadaran gizi di kalangan ibu muda.



Gambar 1. Contoh Konten Instagram @ dinkeskab.garut

Sumber: instagram @dinkeskab.garut)

Gambar tersebut merupakan pesan komunikasi kesehatan digital yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Garut melalui instagram @dinkeskab.garut Gambar tersebut dirancang untuk mengedukasi masyarakat, khususnya ibu muda mengenai pentingnya gizi dan pencegahan stunting.

Tantangan utama yang dihadapi saat ini adalah merumuskan strategi komunikasi yang efektif guna mendiseminasikan pesan kesehatan yang relevan bagi para ibu dan masyarakat luas, khususnya dalam upaya kolektif mencegah stunting (Mutaqin, 2025). Di tengah dinamika zaman, media sosial muncul sebagai instrumen yang memiliki potensi strategis untuk menjembatani kesenjangan informasi tersebut. Sebagai bagian integral dari keseharian individu di berbagai lapisan usia dan menyentuh sisi persoalan penggunaannya Kekuatan media sosial

dalam menyebarluaskan edukasi, membangun kesadaran, hingga mengarahkan perubahan perilaku positif menjadikan platform ini sebagai sarana yang sangat menjanjikan untuk kampanye kesehatan anak. Dengan pendekatan yang lebih empatik dan visual, pesan-pesan pencegahan stunting dapat disampaikan secara lebih intim, sehingga diharapkan mampu menginspirasi tindakan nyata bagi para orang tua dalam mengoptimalkan tumbuh kembang buah hati mereka .

Penelitian ini menjadi penting karena komunikasi kesehatan tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada cara pesan tersebut dikonstruksi dan dikemas sesuai karakteristik audiensnya. Media sosial memiliki keunikan dalam hal gaya visual, bahasa, dan interaksi yang dapat memengaruhi penerimaan pesan. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mendalam mengenai bagaimana pesan kesehatan tentang gizi dikomunikasikan oleh @dinkeskab.garut dan bagaimana ibu muda menafsirkan serta merespons pesan tersebut.

Berdasarkan Pemapran yang dijelaskan, maka teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Health Belief Model, yaitu kumpulan konseptual yang tujuannya untuk mengetahui faktor perubahan (demografi dan pengetahuan) dan persepsi individu terhadap penerimaan mereka mengenai kesehatan yang dinilai melalui motivasi individu agar menghindari sakit dan keyakinan mereka bahwa ada cara untuk dapat terhindar dari penyakit tersebut (Suirvi et al., 2022). Metode ini diterapkan agar mendorong individu untuk melakukan perilaku kesehatan ke arah yang lebih baik.

Model ini terdiri dari enam dimensi utama, yaitu pertama *perceived susceptibility* (persepsi kerentanan) mengacu pada sejauh mana individu merasa dirinya atau keluarganya beresiko mengalami suatu masalah kesehatan seperti stunting pada anak, kedua *perceived severity* (persepsi keparahan) menjelaskan bagaimana menilai tingkat keseriusan dampak dari masalah kesehatan tersebut, baik secara fisik, sosial, maupun ekonomi. Ketiga *perceived benefit* (persepsi manfaat) keyakinan individu terhadap efektivitas tindakan yang dilakukan untuk mencegah atau mengatasi masalah kesehatan, kesehatan, seperti pemberian gizi seimbang. Keempat *perceived barriers* (persepsi hambatan) menggambarkan kendala yang dirasakan individu dalam melakukan perilaku kesehatan, baik dari aspek biaya, waktu, maupun akses informasi. Cues to action (isyarat untuk bertindak) merupakan stimulasi atau pemicu yang mendorong individu untuk mengambil tindakan, seperti kampanye kesehatan, pengingat posyandu, atau konten edukasi di media sosial. Dan yang terakhir *self-efficacy* (efikasi diri) mengacu pada tingkat kepercayaan diri individu dalam kemampuan untuk melakukan tindakan kesehatan secara konsisten.

Penelitian ini relevan dengan jurnal penelitian terdahulu, Pertama, penelitian terdahulu dengan judul “Media Promosi Kesehatan untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu tentang Stunting” (Ernawati, 2022). Penelitian ini membahas tentang kurangnya pengetahuan ibu mengenai stunting yang menjadi salah satu penyebab masih tingginya kasus stunting di Indonesia, khususnya di Kabupaten Pati. Melalui metode *systematic review* dengan pendekatan PRISMA, peneliti meninjau sembilan artikel yang membahas berbagai media promosi kesehatan seperti leaflet, flipchart, booklet, poster, video, serta media sosial Whatsapp. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh media tersebut efektif meningkatkan pengetahuan ibu mengenai stunting, terutama media berbasis visual seperti video dan booklet yang mampu menarik perhatian dan memudahkan pemahaman. Penggunaan media promosi secara kombinasi juga terbukti lebih efektif karena melibatkan lebih banyak indra dalam proses penerimaan pesan.

Penelitian terdahulu yang kedua merupakan penelitian berjudul "Peran Edukasi Digital oleh Influencer Kesehatan dalam Meningkatkan Kesadaran Gizi Anak pada Ibu Muda" yang disusun oleh (Rahmadiana, 2025). Fokus penelitian ini adalah menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian edukasi kesehatan oleh *influencer* kepada para ibu muda, khususnya terkait pemenuhan gizi anak. Penelitian dilakukan dengan menggunakan

pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilaksanakan melalui pengamatan terhadap konten yang diunggah pada akun Instagram @mizaafrizal, wawancara mendalam dengan informan yang relevan, serta kajian berbagai sumber literatur sebagai data pendukung. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa proses penyampaian edukasi dilakukan dengan menerapkan komunikasi yang mampu membangun kedekatan dengan audiens. Hal tersebut terlihat dari adanya interaksi yang aktif, penggunaan bahasa yang sederhana dan komunikatif, serta penyajian informasi yang mengacu pada referensi ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan tersebut dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran ibu muda mengenai pentingnya pemenuhan gizi bagi anak. Kredibilitas sebagai tenaga medis dan gaya komunikasi yang akrab membuat pesan edukasi gizi lebih mudah diterima oleh ibu muda. Penelitian ini menegaskan bahwa *influencer* kesehatan dapat berperan sebagai agen perubahan dalam meningkatkan kesadaran gizi anak dan memperkuat promosi kesehatan berbasis digital di Indonesia.

Nilai kebaruan pada penelitian ini terletak pada fokus secara spesifik mengkaji bagaimana pesan komunikasi kesehatan pada akun instagram @dinkeskab.garut berperan dalam edukasi gizi terkait pencegahan stunting bagi ibu muda, dengan menghubungkan secara langsung pada target *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin ke-3. Sebagian besar penelitian mengenai komunikasi kesehatan lebih banyak menyoroti efektivitas kampanye kesehatan secara umum atau penggunaan media sosial secara luas tanpa melihat bagaimana konteks pemerintah daerah bekerja pada kelompok audiens tertentu. Penelitian ini memberikan [erspektif baru dengan memusatkan perhatian pada platform instagram milik Dinas Kesehatan Kabupaten Garut sebagai model komunikasi digital lokal, sekaligus menilai tingkat kebermaknaan pesan bagi ibu muda sebagai kelompok yang sangat strategis dalam pemecahan stunting.

Konten instagram @dinkeskab.garut dalam edukasi menunjukkan karakter komunikasi kesehatan digital yang terstruktur dan berbasis kebutuhan audiens. Secara spesifik, konten yang di unggah dapat diklasifikasikan dalam berbagai bentuk yaitu infografis gizi seimbang menampilkan komposisi makanan bergizi seperti “isi piringku cerminan hidup sehat”, yang menekankan proporsi karbohidrat, protein, sayur, dan buah. Konten ini berkaitan dengan *perceived benefit* karena menegaskan manfaat pola makan seimbang. Edukasi stunting berbasis data lokal, beberapa unggahan menyajikan angka prevalensi stunting di garut serta ciri-ciri anak beresiko. Hal ini memperkuat *perceived susceptibility* karena audiens merasa lebih dekat dengan resiko tersebut. Konten dampak stunting jangka panjang seperti visual yang menjelaskan dampak seperti gangguan kognitif dan produktivitas rendah memperkuat *perceived severity*. Video tutorial MP-ASI dan menu murah bergizi, konten ini secara langsung menjawab *perceived barriers* dengan memberikan solusi praktis menggunakan bahan pangan lokal yang terjangkau. Pengingat posyandu dan imunisasi, caption dan postingan ajakan berfungsi sebagai *cues to action* yang mendorong tindakan nyata. Konten motivasi untuk ibu, pesan seperti “ibu hebat cegah stunting” meningkatkan *self-efficacy*, membangun kepercayaan diri dalam pengasuhan anak.

Seluruh bentuk komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh @dinkeskab.garut secara substansial berkontribusi terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* poin ke- 3, yaitu *Good Health and Well-Being*. Secara khusus, edukasi gizi dan pencegahan stunting berkaitan langsung dengan target 3.2 yaitu mengakhiri kematian balita yang dapat dicegah, target 3.4 yaitu meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Melalui penyebaran informasi berbasis digital, Dinas Kesehatan Kabupaten Garut tidak hanya meningkatkan literasi kesehatan masyarakat, tetapi juga memperluas akses terhadap edukasi yang inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa komunikasi kesehatan berbasis media sosial dapat menjadi instrumen strategis dalam mendukung agenda pembangunan kesehatan global di tingkat lokal.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami secara mendalam bentuk, makna, dan strategi penyampaian pesan kesehatan yang digunakan oleh @dinkeskab.garut dalam edukasi gizi. Melalui analisis konten unggahan serta wawancara dengan informan yang relevan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai praktik komunikasi kesehatan digital di tingkat daerah serta kontribusinya terhadap pencapaian SDGs 3 (*Good Health and Well-Being*).

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan studi pustaka. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Suryani, 2023). Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Kriteria informan dalam penelitian ini ditetapkan secara khusus untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dengan fokus penelitian. Informan merupakan ibu muda berusia 20–30 tahun yang aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram, serta telah mengikuti akun @dinkeskab.garut selama minimal enam bulan terakhir. Mereka juga harus pernah melihat, membaca, atau memberikan respons terhadap konten edukasi gizi dan stunting yang diunggah oleh akun tersebut, serta berdomisili di Kabupaten Garut. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini menetapkan dua orang ibu muda sebagai informan utama. Selain itu, penelitian ini melibatkan dua narasumber ahli yang memiliki kompetensi dalam bidang kesehatan masyarakat dan komunikasi/ahli media untuk memperkuat kedalaman analisis data yang diperoleh.

Tabel 1. Karakteristik Narasumber

No.	Nama	Pekerjaan
1.	Firmansyah, S.I.Kom., M.I.Kom	Dosen Ilmu Komunikasi
2.	Siti Mariam Fadilah, S.Kep	Perawat/Tenaga Kesehatan

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti, 2026

Tabel 2. Karakteristik Informan

No.	Nama	Usia	Pekerjaan
1.	Lia Siti Aliyah	26	Ibu Rumah Tangga/ <i>Followers</i> @Dinkeskab.Garut
2.	Putri Sri Rahayu	26	Ibu Rumah Tangga/ <i>Followers</i> @Dinkeskab.Garut
3.	Aneu Septiani	23	Ibu Rumah Tangga/ <i>Followers</i> @Dinkeskab.Garut
4.	Ira Tirawati	28	Ibu Rumah Tangga/ <i>Followers</i> @Dinkeskab.Garut
5.	Rini Anggraeni	26	Ibu Rumah Tangga/ <i>Followers</i> @Dinkeskab.Garut

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti, 2026

C. HASIL PENELITIAN

Data penelitian dihimpun melalui teknik analisis konten pada unggahan akun instagram @dinkeskab.garut, yang diperkuat dengan hasil wawancara mendalam bersama dua informan dan dua narasumber pakar di bidang komunikasi kesehatan dan kesehatan masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi dalam akun tersebut telah mengintegrasikan enam konstruk utama *Health Belief Model* (HBM), yang meliputi *perceived susceptibility*, *perceived severity*, *perceived benefit*, *perceived barriers*, *cues to action*, dan *self-efficacy*.

Dalam aspek *perceived susceptibility*, konten yang disajikan memaparkan risiko stunting melalui visualisasi data lokal kabupaten Garut serta identifikasi ciri-ciri anak yang beresiko. Berdasarkan keterangan informan, penyajian data regional tersebut meningkatkan relevansi isi stunting dengan realitas kehidupan mereka, sehingga memicu kesadaran akan potensi risiko stunting pada anak jika kebutuhan gizi tidak terpenuhi secara optimal.

Sementara itu, pada dimensi *perceived secerity*, pesan kesehatan difokuskan pada penjelasan dampak jangka pendek dan jangka panjang stunting, termasuk gangguan pertumbuhan fisik, penurunan tingkat kecerdasan, dan rendahnya produktivitas di masa depan. Penggunaan format pesan dapat dipahami dengan baik oleh audiens tanpa menimbulkan kecemasan yang kontra produktif.

Dimensi *perceived benefits* terefleksi melalui penekanan pada dampak positif dari perilaku gizi sehat, seperti konsumsi protein hewani, pemberian MP-ASI berkualitas, serta keaktifan dalam kunjungan ke posyandu. Para informan mengaku bahwa pendekatan yang praktis dan relevan dengan kesehatan membantu mereka memahami secara mendalam alasan fundamental di balik penerapan pola makanan bergizi bagi buah hati.

Pada sisi lain, penelitian ini mengidentifikasi berbagai hambatan yang dirasakan oleh ibu muda, yang mencakup keterbatasan finansial, keterbatasan waktu, hingga kendala teknis dalam mengelola makanan bergizi. Menanggapi realitas tersebut, akun @dinkeskab.garut hadir memberikan solusi humanis dengan menawarkan alternatif bahan pangan lokal yang ekonomis serta metode pengolahan yang sederhana namun efektif.

Pada dimensi *cues to action* diwujudkan melalui dorongan langsung yang persuasif, seperti pengingat jadwal posyandu, imbauan pemantauan tumbuh kembang, hingga tutorial video resep MP-ASI. Bagi para informan, kehadiran pengingat visual ini menjadi stimulus penting yang memicu mereka untuk segera mengambil tindakan nyata bagi kesehatan anak.

Peningkatan efikasi diri (*self-efficacy*) kemudian diperkuat melalui konten edukasi yang bersifat memberdayakan, seperti tutorial langkah demi langkah dan pesan motivasional. Pendekatan ini bertujuan menumbuhkan kepercayaan diri para ibu agar mampu mengelola gizi keluarga secara mandiri. Senada dengan hal tersebut, narasumber memandang bahwa penguatan kapasitas personal ini merupakan keunggulan utama media sosial dalam lanskap komunikasi kesehatan digital.

Secara luas pesan kesehatan yang disampaikan oleh @dinkeskab.garut telah memberikan kontribusi substansial terhadap pencapaian target SDGs 3. inisiatif ini khususnya berdampak pada akselerasi pencegahan stunting serta peningkatan kualitas kesehatan ibu dan anak di lingkup daerah melalui edukasi yang inklusif.

Perceived Susceptibility (Persepsi Kerentanan)

Hasil analisis konten terhadap unggahan Instagram @dinkeskab.garut menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan mengenai stunting berupaya membangun persepsi kerentanan ibu muda melalui penyampaian informasi mengenai penyebab, faktor risiko, kelompok rentan, serta pentingnya pemenuhan gizi sejak masa kehamilan hingga seribu hari pertama kehidupan. Konten disajikan dalam bentuk infografis dan video singkat dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh masyarakat. Selain menjelaskan pengertian stunting, beberapa unggahan juga menekankan bahwa kondisi tersebut tidak hanya menyebabkan anak bertubuh pendek, tetapi juga menghambat perkembangan otak, daya tahan tubuh, dan kualitas hidup pada masa dewasa. Penyampaian informasi tersebut menjadi langkah awal untuk membangun kesadaran bahwa setiap keluarga memiliki risiko apabila kebutuhan gizi anak tidak dipenuhi secara optimal.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh informan memahami stunting sebagai masalah yang dapat terjadi pada setiap anak, meskipun mereka menilai anaknya tidak termasuk dalam kelompok yang berisiko. Informan pertama mengungkapkan bahwa setelah melihat konten Instagram, dirinya tidak merasa anaknya mengalami stunting karena pertumbuhan anak masih sesuai dengan usianya. Meskipun demikian, ia mengakui bahwa konten tersebut membuatnya memahami pentingnya pencegahan sejak dini. Informan tersebut menyatakan, "Setelah melihat akun Instagram tersebut saya rasa anak saya tidak mengalami stunting, karena kalau dilihat dari ciri-cirinya anak saya tidak masuk ke dalam kriteria

tersebut." (Lia Siti Aliyah, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konten berhasil membantu informan mengenali indikator dasar stunting, walaupun persepsi kerentanan lebih diarahkan pada proses evaluasi kondisi anaknya sendiri.

Pandangan serupa disampaikan oleh Putri Sri Rahayu yang menyatakan bahwa konten Instagram memberikan pemahaman baru mengenai pentingnya periode seribu hari pertama kehidupan. Sebelum melihat konten tersebut, ia menganggap perhatian terhadap gizi lebih difokuskan ketika anak sudah lahir dan mulai tumbuh besar. Setelah memperoleh edukasi dari Instagram @dinkeskab.garut, ia menyadari bahwa risiko stunting telah dimulai sejak masa kehamilan. Putri Sri Rahayu menyampaikan, "Ternyata seribu hari pertama kehidupan itu sangat penting, terutama pas hamil. Di konten itu juga dijelaskan bahwa stunting bukan sekadar anak bertumbuh pendek, tapi juga memengaruhi perkembangan otak dan kemampuan belajar." (Putri Sri Rahayu, 2026). Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pesan yang disampaikan mampu memperluas pemahaman informan mengenai faktor risiko stunting yang sebelumnya belum diketahui.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Aneu Septiani. Menurutnya, informasi yang paling membangun kesadaran bukan hanya mengenai kondisi anak setelah lahir, tetapi penjelasan bahwa kekurangan gizi ibu hamil dapat menyebabkan stunting sejak anak masih berada di dalam kandungan. Anna Septiani mengatakan, "Kenyataannya stunting bisa terjadi sejak dalam kandungan karena kondisi gizi ibu hamil tidak tercukupi dan dampaknya sangat permanen terhadap perkembangan otak." (Aneu Septiani, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan tidak hanya meningkatkan pengetahuan mengenai stunting, tetapi juga membentuk persepsi bahwa masa kehamilan merupakan periode yang sangat menentukan kualitas tumbuh kembang anak.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara bersama narasumber dari tenaga kesehatan. Narasumber menilai bahwa konten Instagram @dinkeskab.garut telah cukup berhasil membangun kesadaran masyarakat mengenai risiko stunting karena informasi yang disampaikan mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Narasumber menjelaskan, "Menurut saya foto-fotonya yang di Instagram, konten yang disampaikan sudah cukup mampu untuk meningkatkan kesadaran ibu muda mengenai risiko stunting karena sudah menjelaskan penyebabnya, kelompok yang rentan, penyampaiannya menggunakan bahasa yang sederhana serta desain yang menarik." (Siti Mariam Fadilah, 2026). Meskipun demikian, narasumber juga memberikan masukan bahwa penyampaian pesan akan lebih efektif apabila disertai contoh kasus nyata atau testimoni keluarga yang pernah mengalami stunting sehingga masyarakat memiliki kedekatan emosional terhadap masalah tersebut. Ia menyampaikan, "Akan lebih efektif jika disertai contoh kasus nyata atau testimoni agar masyarakat lebih menyadari bahwa stunting dapat terjadi pada siapa saja." (Siti Mariam Fadilah, 2026).

Hasil analisis memperlihatkan adanya kesamaan pandangan antara seluruh informan dan narasumber bahwa konten Instagram telah berhasil meningkatkan pengetahuan mengenai faktor risiko stunting. Perbedaannya terletak pada tingkat persepsi kerentanan yang dirasakan masing-masing informan. Seluruh informan merasa anak mereka berada dalam kondisi sehat sehingga tidak termasuk kelompok berisiko, namun mereka tetap mengakui bahwa pesan edukasi membuat mereka lebih memahami penyebab stunting dan pentingnya pencegahan sejak masa kehamilan hingga usia dua tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan belum selalu diikuti oleh munculnya persepsi bahwa risiko tersebut dapat terjadi pada diri sendiri atau keluarganya. Kondisi tersebut merupakan karakteristik yang sering ditemukan pada konstruk *perceived susceptibility*, yaitu individu memahami ancaman kesehatan, tetapi tetap menilai dirinya berada pada tingkat risiko yang rendah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep *Health Belief Model* yang menjelaskan bahwa persepsi kerentanan terbentuk ketika individu merasa memiliki kemungkinan

mengalami suatu masalah kesehatan. Konten Instagram @dinkeskab.garut telah memenuhi unsur tersebut melalui penyampaian informasi mengenai penyebab stunting, pentingnya seribu hari pertama kehidupan, serta konsekuensi kekurangan gizi sejak masa kehamilan. Meskipun sebagian besar informan belum merasa anaknya berisiko mengalami stunting, pesan yang disampaikan berhasil meningkatkan kewaspadaan mereka terhadap pentingnya menjaga kecukupan gizi sejak dini. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan digital yang dikemas melalui media sosial mampu menjadi sarana edukasi awal untuk membangun kesadaran risiko pada ibu muda sekaligus memperkuat upaya pencegahan stunting yang mendukung pencapaian SDGs poin ketiga mengenai kehidupan sehat dan kesejahteraan.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting, yang menegaskan bahwa pencegahan stunting harus dimulai sejak masa pranikah, kehamilan, hingga 1.000 HPK melalui peningkatan edukasi dan perubahan perilaku masyarakat. Selain itu, Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2024 menunjukkan prevalensi stunting nasional masih sebesar 19,8%, sedangkan Kabupaten Garut pada tahun 2023 mencapai 24,1%, sehingga risiko stunting masih menjadi persoalan nyata yang perlu diwaspadai. Sejalan dengan penelitian Ernawati (2022) yang menyatakan bahwa media promosi kesehatan mampu meningkatkan pengetahuan ibu mengenai faktor risiko stunting. Namun penelitian ini memberikan temuan baru bahwa penggunaan Instagram pemerintah daerah tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun persepsi kerentanan melalui penyajian data lokal yang lebih dekat dengan kehidupan masyarakat.

Perceived Severity (Persepsi Keseriusan)

Hasil analisis konten menunjukkan bahwa akun Instagram @dinkeskab.garut berupaya membangun persepsi mengenai tingkat keseriusan stunting melalui berbagai unggahan yang menjelaskan dampak jangka pendek maupun jangka panjang. Konten tidak hanya menampilkan informasi mengenai gangguan pertumbuhan fisik berupa tinggi badan yang tidak sesuai usia, tetapi juga menjelaskan bahwa stunting dapat memengaruhi perkembangan otak, kemampuan belajar, daya tahan tubuh, hingga produktivitas ketika anak memasuki usia dewasa. Penyampaian pesan dikemas dalam bentuk infografis, ilustrasi, dan video edukatif dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh masyarakat. Pesan tersebut diarahkan agar ibu muda memahami bahwa stunting bukan sekadar persoalan tinggi badan, melainkan masalah kesehatan yang dapat memengaruhi kualitas sumber daya manusia.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki persepsi yang sama bahwa stunting merupakan masalah kesehatan yang serius. Meskipun demikian, mereka juga menilai informasi mengenai dampak jangka panjang, khususnya dampak sosial dan ekonomi, masih belum dijelaskan secara lengkap dalam konten Instagram. Informan pertama menyampaikan bahwa informasi mengenai dampak stunting terhadap perkembangan anak belum terlalu ditonjolkan sehingga dirinya harus mencari referensi tambahan dari media lain. Informan tersebut mengatakan, "Kalau saya pribadi, dampak stunting yang dilihat dari akun Instagram itu tidak terlalu ditonjolkan. Namun saya mencari tahu sendiri, ternyata dampaknya bisa memengaruhi masa perkembangan anak dalam jangka yang cukup lama." (Lia Siti Aliyah, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konten telah membangun kesadaran mengenai keseriusan stunting, tetapi kebutuhan informasi yang lebih mendalam masih dirasakan oleh audiens.

Pendapat serupa disampaikan oleh Putri Sri Rahayu. Menurutnya, konten Instagram sudah membantu menjelaskan bahwa stunting merupakan masalah kesehatan yang serius, namun pembahasan mengenai dampak sosial anak di masa depan masih terbatas. Ia menyampaikan, "Kalau untuk dampak kehidupan sosial saya lihat di konten belum ada ya, karena kebanyakannya mengenai penanganannya. Untuk dampaknya tidak dijelaskan secara rinci." (Putri Sri Rahayu, 2026). Ketika ditanya mengenai dampak ekonomi, Putri juga

menjelaskan bahwa informasi tersebut belum banyak ditemukan pada unggahan Instagram. Ia mengatakan, "Kalau untuk dampak secara ekonomi tidak dijelaskan, namun saya lihat kebanyakan anak yang mengalami stunting itu karena berasal dari keluarga yang ekonominya kurang." (Putri Sri Rahayu, 2026). Meskipun demikian, Putri mengakui bahwa cara penyampaian pesan sudah cukup menarik sehingga membuat masyarakat memahami bahwa stunting merupakan persoalan kesehatan yang harus dicegah sejak dini.

Aneu Septiani juga memberikan penilaian yang hampir sama. Menurutnya, akun Instagram lebih banyak menyampaikan ajakan pencegahan dibandingkan penjelasan mengenai dampak sosial dan ekonomi akibat stunting. Anna menyatakan, "Kalau dari konten tersebut tidak ada menjelaskan tentang dampak stunting, tapi kebanyakan ajakan-ajakan." (Aneu Septiani, 2026). Ia menambahkan bahwa dampak ekonomi sebenarnya sangat penting untuk dipahami masyarakat karena anak yang mengalami stunting berpotensi membutuhkan biaya kesehatan yang lebih besar dan mengalami penurunan kemampuan belajar ketika dewasa. Anna mengatakan, "Kalau menurut saya dampak stunting terhadap kondisi ekonomi keluarga sangat berpengaruh, karena bisa membutuhkan biaya pengobatan yang lumayan besar dan kemampuan belajar anak juga menurun." (Aneu Septiani, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan telah memiliki pemahaman mengenai keseriusan stunting, meskipun sebagian pengetahuan tersebut diperoleh dari luar konten Instagram.

Pandangan para informan diperkuat sekaligus dilengkapi oleh narasumber tenaga kesehatan. Narasumber menilai bahwa konten Instagram sebenarnya telah menjelaskan dampak stunting secara cukup komprehensif, terutama berkaitan dengan pertumbuhan fisik, perkembangan otak, kecerdasan, daya tahan tubuh, dan produktivitas di masa depan. Narasumber menyampaikan, "Menurut saya penyampaian dampak stunting sudah cukup jelas karena menjelaskan bahwa stunting tidak hanya memengaruhi badan anak, tetapi juga perkembangan otak, kecerdasan, daya tahan tubuh, dan produktivitas di masa depan." (Siti Mariam Fadilah, 2026). Namun demikian, narasumber juga memberikan saran agar konten lebih sering menampilkan data prevalensi stunting di Kabupaten Garut sehingga masyarakat memiliki gambaran nyata bahwa masalah tersebut terjadi di lingkungan sekitar. Ia menjelaskan, "Akan lebih baik apabila konten juga menyampaikan data lokal mengenai angka stunting di Kabupaten Garut sehingga masyarakat merasa bahwa masalah tersebut memang terjadi di lingkungan sekitar mereka." (Siti Mariam Fadilah, 2026).

Perbandingan hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh informan sepakat mengenai tingginya tingkat keseriusan stunting, tetapi terdapat perbedaan dalam penilaian terhadap kelengkapan isi pesan. Informan cenderung mengharapkan informasi yang lebih rinci mengenai dampak sosial, psikologis, dan ekonomi, sedangkan narasumber kesehatan menilai bahwa informasi dasar mengenai dampak kesehatan sudah cukup baik. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan masyarakat terhadap materi edukasi yang lebih komprehensif agar tidak hanya memahami akibat medis, tetapi juga konsekuensi sosial dan ekonomi yang dapat memengaruhi kualitas hidup anak di masa depan.

Temuan ini sesuai dengan konstruk *perceived severity* dalam *Health Belief Model*, yang menjelaskan bahwa seseorang akan terdorong melakukan perilaku pencegahan apabila memahami tingkat keseriusan suatu penyakit beserta konsekuensinya. Pesan komunikasi kesehatan yang disampaikan melalui Instagram @dinkeskab.garut telah membangun persepsi bahwa stunting merupakan ancaman serius bagi pertumbuhan dan perkembangan anak. Meskipun masih diperlukan penguatan informasi mengenai dampak sosial dan ekonomi, hasil wawancara menunjukkan bahwa ibu muda telah menyadari pentingnya melakukan pencegahan sejak masa kehamilan. Kesadaran tersebut menjadi modal penting dalam mendorong perubahan perilaku menuju praktik pemenuhan gizi yang lebih baik sebagai bagian dari upaya mendukung pencapaian SDGs poin ke-3 mengenai kehidupan sehat dan kesejahteraan.

Temuan ini selaras dengan Strategi Nasional Percepatan Penurunan Stunting (Stranas Stunting) yang menjelaskan bahwa stunting tidak hanya menyebabkan gangguan pertumbuhan fisik, tetapi juga menurunkan kualitas sumber daya manusia, produktivitas ekonomi, serta meningkatkan risiko penyakit tidak menular pada usia dewasa. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rahmadiana (2025) yang menemukan bahwa komunikasi kesehatan digital efektif meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak stunting melalui penyampaian informasi yang sederhana.

Perceived Benefits (Persepsi Manfaat)

Hasil analisis konten terhadap akun Instagram @dinkeskab.garut menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan menekankan berbagai manfaat penerapan gizi seimbang sebagai upaya pencegahan stunting. Edukasi disampaikan melalui infografis mengenai "Isi Piringku", pentingnya konsumsi protein hewani, pemberian ASI eksklusif, MPASI bergizi, pemeriksaan kehamilan, imunisasi, serta pemantauan pertumbuhan anak di Posyandu. Penyampaian pesan tidak hanya menjelaskan apa yang harus dilakukan, tetapi juga manfaat yang akan diperoleh apabila ibu menerapkan perilaku gizi sehat. Strategi penyampaian tersebut bertujuan membangun keyakinan bahwa tindakan pencegahan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan fisik, perkembangan otak, serta kesehatan anak pada masa mendatang.

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menilai bahwa konten Instagram memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan mengenai pola makan sehat dan pencegahan stunting. Informan pertama menjelaskan bahwa konten yang disampaikan telah memberikan informasi mengenai cara-cara mencegah stunting serta pentingnya memenuhi kebutuhan gizi anak. Informan tersebut mengatakan, "Untuk manfaatnya ada cara-caranya untuk mencegah stunting." (Lia Siti Aliyah, 2026). Ketika ditanya mengenai pemahaman terhadap gizi seimbang, ia menambahkan, "Sudah cukup, dengan panduan cara mengambil protein hewani yang bergizi dan seimbang, namun masih sedikit menunya, harusnya ditambah lagi menu-menu lainnya." (Lia Siti Aliyah, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa manfaat utama yang dirasakan informan adalah bertambahnya pengetahuan, meskipun ia masih mengharapkan variasi contoh menu yang lebih banyak agar lebih mudah diterapkan.

Pandangan yang hampir sama disampaikan oleh Putri Sri Rahayu. Menurutnya, akun Instagram memberikan manfaat yang sangat nyata karena membantu dirinya memahami jenis makanan yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan anak. Putri mengatakan, "Manfaat yang saya rasakan, saya jadi lebih tahu makanan apa saja yang penting untuk memenuhi kebutuhan gizi anak. Selain itu saya juga jadi lebih paham kapan harus memberikan MPASI yang tepat dan pentingnya pemeriksaan rutin ke Posyandu." (Putri Sri Rahayu, 2026). Ia juga menambahkan, "Ya, sangat, karena saya juga sedikit-sedikit mendapatkan ilmu baru dengan melihat konten tersebut." (Putri Sri Rahayu, 2026). Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa konten tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membantu ibu muda memahami manfaat tindakan pencegahan yang dapat dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Anna Septiani juga merasakan manfaat yang serupa. Menurutnya, edukasi yang diberikan melalui Instagram menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran mengenai pola makan sehat bagi anak. Anna menyampaikan, "Kalau untuk manfaatnya, pendekatan untuk meningkatkan kesadaran pola makan sehat." (Aneu Septiani, 2026). Ketika ditanya mengenai pentingnya gizi seimbang, ia menjelaskan, "Sangat membantu karena menjadi fondasi utama dalam mendukung pertumbuhan fisik dan perkembangan anak-anak." (Aneu Septiani, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak hanya berupa tambahan informasi, tetapi juga perubahan cara pandang mengenai pentingnya pemenuhan gizi sejak usia dini sebagai investasi kesehatan anak di masa depan.

Hasil wawancara dengan narasumber tenaga kesehatan memperkuat temuan tersebut. Narasumber menjelaskan bahwa konten Instagram telah cukup baik dalam menjelaskan

manfaat penerapan gizi seimbang melalui edukasi mengenai konsumsi protein hewani, pemberian ASI eksklusif, MPASI yang sesuai, serta pemantauan pertumbuhan anak secara rutin. Narasumber mengatakan, "Dari konten yang tadi saya sudah lihat, konten sudah menjelaskan bahwa penerapan gizi seimbang seperti pemberian ASI eksklusif, MPASI yang sesuai, serta pemantauan pertumbuhan di Posyandu dapat membantu mencegah stunting." (Siti Mariam Fadilah, 2026). Ia juga menambahkan bahwa manfaat edukasi akan lebih dirasakan masyarakat apabila disertai contoh menu berbahan pangan lokal yang murah dan mudah diperoleh. Menurutnya, "Akan lebih baik apabila disertai contoh menu sehat dengan bahan pangan lokal yang ekonomis sehingga ibu muda merasa bahwa pencegahan stunting dapat dilakukan oleh semua kalangan." (Siti Mariam Fadilah, 2026).

Perbandingan hasil wawancara menunjukkan adanya kesamaan pandangan antara seluruh informan dan narasumber bahwa pesan komunikasi kesehatan berhasil memberikan manfaat berupa peningkatan literasi gizi. Seluruh informan mengaku memperoleh pengetahuan baru mengenai pola makan sehat, waktu pemberian MPASI, pentingnya protein hewani, serta pemeriksaan kesehatan secara rutin. Perbedaannya terletak pada kebutuhan informasi lanjutan. Informan pertama menginginkan variasi menu yang lebih banyak, Putri Sri Rahayu berharap edukasi semakin diperluas melalui materi praktis yang dapat langsung diterapkan, sedangkan Aneu Septiani lebih menekankan pentingnya memperkuat kesadaran masyarakat mengenai manfaat gizi seimbang sebagai fondasi pertumbuhan anak. Narasumber kesehatan juga menilai bahwa penyampaian manfaat akan menjadi lebih efektif apabila dilengkapi contoh menu sederhana berbahan lokal sehingga masyarakat tidak menganggap makanan bergizi selalu mahal.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan pada akun Instagram @dinkeskab.garut telah memenuhi konstruk *perceived benefits* dalam *Health Belief Model*. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan terdorong melakukan perilaku kesehatan apabila percaya bahwa tindakan tersebut memberikan manfaat yang nyata bagi dirinya. Hasil wawancara memperlihatkan bahwa seluruh informan telah meyakini manfaat penerapan gizi seimbang dalam mencegah stunting. Keyakinan tersebut muncul setelah mereka memperoleh edukasi mengenai pentingnya protein hewani, ASI eksklusif, MPASI bergizi, dan pemantauan tumbuh kembang anak. Pesan yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga memperkuat keyakinan ibu muda bahwa langkah-langkah sederhana yang dilakukan sejak dini mampu mendukung tumbuh kembang anak secara optimal sekaligus menjadi bagian dari upaya peningkatan kesehatan masyarakat sesuai target SDGs poin ke-3.

Temuan ini juga mendukung Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 2 Tahun 2020 tentang Standar Antropometri Anak, yang menegaskan bahwa pemenuhan gizi seimbang dan pemantauan pertumbuhan merupakan langkah utama dalam pencegahan stunting. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ernawati (2022) yang menyatakan bahwa media promosi kesehatan mampu meningkatkan pengetahuan ibu mengenai pentingnya gizi seimbang sebagai upaya pencegahan stunting.

Perceived Barriers (Persepsi Hambatan)

Perceived barriers menggambarkan berbagai kendala yang dirasakan individu ketika akan menerapkan perilaku kesehatan. Pada penelitian ini, hambatan yang dianalisis meliputi aspek biaya, waktu, serta kecukupan informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @dinkeskab.garut. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten edukasi telah memberikan solusi dasar mengenai pencegahan stunting, tetapi belum sepenuhnya menjawab berbagai hambatan praktis yang dihadapi ibu muda dalam kehidupan sehari-hari.

Narasumber ahli bidang kesehatan menilai bahwa akun Instagram tersebut telah menyinggung beberapa hambatan, seperti pentingnya memilih makanan bergizi dan melakukan pemeriksaan kesehatan secara rutin. Akan tetapi, pembahasannya masih bersifat

umum sehingga belum memberikan solusi yang aplikatif bagi ibu muda yang memiliki keterbatasan ekonomi maupun waktu. Ia menyampaikan bahwa, "Namun masih terdapat beberapa hambatan yang belum banyak dibahas, seperti keterbatasan ekonomi keluarga, kurangnya dukungan dari suami maupun keluarga, rendahnya pengetahuan tentang penyusunan menu bergizi, pengaruh mitos mengenai makanan ibu hamil dan anak, serta keterbatasan waktu ibu bekerja dalam menyiapkan makanan sehat. Apabila konten juga memberikan solusi yang lebih praktis terhadap hambatan tersebut, misalnya tips menu murah bergizi, cara memasak sederhana, atau edukasi yang melibatkan ayah sebagai pendamping, maka efektivitas komunikasinya akan semakin baik" (Firmansyah, 2026).

Pendapat tersebut diperkuat oleh informan Putri Sri Rahayu yang menyatakan bahwa biaya bukan menjadi kendala karena kondisi keluarganya masih mampu memenuhi kebutuhan gizi anak. Meski demikian, ia berharap konten lebih banyak menampilkan alternatif menu bergizi dengan harga yang terjangkau sehingga dapat diterapkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Informan menyampaikan, "Menurut saya sih cukup jelas ya, kalau dari segi infografisnya sangat menarik, jelas dan mudah dipahami, namun ada beberapa yang kurang seperti dampak dari stunting yang lebih dalam dan mungkin harus diperbanyak menu-menu harian yang harganya murah" (Putri Sri Rahayu, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ibu muda membutuhkan informasi yang lebih praktis daripada sekadar penjelasan mengenai pentingnya gizi.

Berbeda dengan Putri, Aneu Septiani mengakui bahwa kondisi ekonomi dan keterbatasan waktu dapat menjadi hambatan dalam menerapkan pola makan sehat. Menurutnya, kenaikan harga bahan pangan membuat sebagian keluarga kesulitan memenuhi kebutuhan protein hewani. Ia juga mengungkapkan, "Menurut saya pribadi ada kendala di beberapa harga pangan sekarang yang makin melonjak, namun biaya bukanlah satu-satunya hambatan karena masalah edukasi dan pola asuh juga sangat menentukan" (Aneu Septiani, 2026). Selain itu, ia menambahkan, "Keterbatasan waktu bisa jadi hambatan juga apalagi kalau lagi sibuk, sering membuat makanan cepat saji atau yang praktis saja" (Aneu Septiani, 2026). Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa hambatan penerapan perilaku sehat tidak hanya berasal dari faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi aktivitas sehari-hari ibu.

Informan lainnya yang memiliki anak berusia dua tahun justru menyatakan bahwa biaya maupun waktu belum menjadi kendala dalam keluarganya. Ia menjelaskan, "Sejauh ini alhamdulillah tidak, karena saya memprogramkan untuk anak saya sendiri satu hari satu telur. Mungkin satu telur itu kan harganya memang tidak terlalu mahal dan itu juga baik untuk mencegah stunting" (Lia Siti Aliyah, 2026). Ia juga menambahkan bahwa keterbatasan waktu tidak menghambat penerapan pola makan bergizi karena masih mampu mengatur aktivitas sehari-hari. Pernyataan ini menunjukkan bahwa persepsi hambatan dapat berbeda sesuai kondisi sosial ekonomi masing-masing keluarga.

Hasil analisis konten juga menunjukkan bahwa sebagian besar unggahan Instagram @dinkeskab.garut lebih banyak menampilkan informasi mengenai pentingnya gizi seimbang dibandingkan solusi praktis menghadapi hambatan di lapangan. Informasi mengenai pengolahan makanan sederhana, contoh menu ekonomis, ataupun strategi memenuhi kebutuhan gizi bagi keluarga dengan keterbatasan ekonomi masih relatif sedikit ditemukan. Padahal, kebutuhan informasi semacam ini banyak disampaikan oleh para informan selama proses wawancara.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi hambatan pada ibu muda tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh akses terhadap informasi yang praktis dan mudah diterapkan. Pesan komunikasi kesehatan yang mampu menawarkan solusi sederhana, sesuai kemampuan masyarakat, berpotensi meningkatkan keberhasilan penerapan perilaku pencegahan stunting karena audiens merasa hambatan yang mereka alami dapat diatasi melalui langkah-langkah yang realistis.

Temuan ini juga sesuai dengan Strategi Nasional Percepatan Penurunan Stunting, yang menyatakan bahwa faktor ekonomi, akses pangan bergizi, serta literasi gizi keluarga merupakan hambatan utama dalam upaya percepatan penurunan stunting di Indonesia. Penelitian ini memperluas temuan Rahmadiana (2025) yang menyebutkan bahwa komunikasi digital perlu menyajikan solusi praktis agar pesan kesehatan lebih mudah diterapkan oleh masyarakat.

Cues to Action (Isyarat untuk Bertindak)

Cues to action merupakan rangsangan atau pemicu yang mendorong seseorang untuk segera melakukan tindakan kesehatan. Pada penelitian ini, bentuk isyarat tindakan dianalisis melalui ajakan yang terdapat dalam konten Instagram @dinkeskab.garut, seperti pengingat datang ke Posyandu, pemantauan pertumbuhan anak, pemberian ASI eksklusif, imunisasi, serta penerapan gizi seimbang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten telah mampu memberikan dorongan kepada ibu muda untuk melakukan tindakan pencegahan stunting, meskipun masih dapat diperkuat melalui penyampaian informasi yang lebih operasional.

Narasumber ahli bidang kesehatan menilai bahwa ajakan yang terdapat dalam konten telah disampaikan dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami masyarakat. Menurutnya, konten tidak hanya berisi informasi, tetapi juga mengarahkan masyarakat untuk melakukan tindakan nyata dalam menjaga kesehatan ibu dan anak. Narasumber menyampaikan, "Menurut saya, ajakan yang diberikan sudah cukup jelas. Konten biasanya mengajak masyarakat untuk rutin memeriksakan kehamilan, datang ke Posyandu, memberikan ASI eksklusif, memenuhi kebutuhan gizi keluarga, melakukan imunisasi lengkap, dan memantau pertumbuhan anak secara berkala. Namun akan lebih efektif apabila setiap konten juga mencantumkan langkah-langkah praktis yang dapat langsung dilakukan setelah melihat konten, misalnya jadwal Posyandu, lokasi pelayanan kesehatan terdekat, atau tautan menuju informasi pelayanan sehingga masyarakat terdorong untuk segera bertindak" (Firmansyah, 2026).

Pandangan tersebut sejalan dengan hasil wawancara bersama Putri Sri Rahayu yang merasakan bahwa ajakan dalam konten cukup efektif untuk mengingatkan ibu muda melakukan pemantauan pertumbuhan anak. Ia mengungkapkan, "Menurut saya, ajakannya sih cukup efektif karena tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mengingatkan untuk datang ke Posyandu, memantau pertumbuhan anak dan memenuhi kebutuhan gizinya. Saya jadi lebih terdorong untuk rutin menimbang berat badan dan memperhatikan menu makanan sehari-hari untuk anak" (Putri Sri Rahayu, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan telah mampu mengubah niat menjadi tindakan nyata.

Informan Aneu Septiani juga memberikan penilaian positif terhadap bentuk ajakan yang disampaikan melalui media sosial. Menurutnya, penyampaian pesan menggunakan format visual yang menarik membuat informasi lebih mudah diterima oleh ibu muda. Ia menjelaskan, "Kalau secara keseluruhan, ajakan dan stimulasi dalam konten pencegahan stunting dinilai sangat baik, relevan, dan aplikatif. Terutama karena menggunakan format yang disukai ibu-ibu, seperti lewat media sosial. Edukasi ini berhasil mempermudah pemahaman gizi dan pola asuh melalui langkah-langkah yang mudah diingat" (Aneu Septiani, 2026). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial menjadi salah satu faktor yang memperkuat efektivitas pesan kesehatan.

Informan lain yang memiliki anak berusia dua tahun juga menilai bahwa ajakan yang terdapat dalam konten berfungsi sebagai pengingat untuk tetap konsisten menerapkan perilaku sehat. Ia mengatakan, "Sudah cukup bagus ya, sebagai pengingat juga untuk para ibu-ibu di luar sana mungkin untuk yang lupa. Untuk mencegah stunting itu sudah cukup bagus ya" (Lia Siti Aliyah, 2026). Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa fungsi utama *cues to action* pada media sosial tidak hanya memberikan informasi baru, tetapi juga menjaga konsistensi

perilaku yang telah dilakukan oleh masyarakat.

Hasil analisis konten menunjukkan bahwa sebagian besar unggahan akun @dinkeskab.garut memang memuat kalimat persuasif seperti ajakan datang ke Posyandu, melakukan imunisasi, memberikan ASI eksklusif, serta memenuhi kebutuhan gizi anak. Penggunaan desain visual yang sederhana, ilustrasi yang menarik, serta caption singkat membuat pesan mudah dipahami oleh sasaran utama, yaitu ibu muda yang aktif menggunakan media sosial.

Hal ini juga mendukung Perpres Nomor 72 Tahun 2021, yang menekankan pentingnya komunikasi perubahan perilaku sebagai salah satu strategi nasional percepatan penurunan stunting. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmadiana (2025) yang menunjukkan bahwa komunikasi digital melalui media sosial mampu menjadi pemicu tindakan kesehatan apabila disampaikan secara persuasif.

Self-Efficacy (Efikasi Diri)

Self-efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan perilaku kesehatan yang dianjurkan. Pada penelitian ini, dimensi *self-efficacy* dianalisis berdasarkan kemampuan pesan komunikasi kesehatan Instagram @dinkeskab.garut dalam meningkatkan rasa percaya diri ibu muda untuk memenuhi kebutuhan gizi anak serta melakukan pencegahan stunting secara mandiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukasi yang disampaikan mampu membangun keyakinan ibu muda karena menggunakan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan langkah-langkah yang mudah dipahami.

Narasumber ahli bidang kesehatan menilai bahwa pesan komunikasi kesehatan telah berhasil meningkatkan kepercayaan diri ibu muda dalam menerapkan perilaku gizi sehat. Menurutnya, penyampaian materi yang sederhana membuat masyarakat merasa bahwa pencegahan stunting dapat dilakukan oleh siapa saja. Narasumber menjelaskan, "Menurut saya, secara umum pesan yang disampaikan sudah mampu meningkatkan keyakinan ibu muda dalam menerapkan perilaku gizi sehat. Hal ini karena informasi diberikan secara bertahap, menggunakan bahasa yang sederhana, serta disertai ilustrasi visual yang mudah dipahami. Selain itu, edukasi mengenai pentingnya ASI eksklusif, MPASI bergizi, konsumsi protein hewani, pemeriksaan kehamilan, serta pemantauan tumbuh kembang anak memberikan gambaran yang jelas mengenai tindakan yang harus dilakukan. Meskipun demikian, rasa percaya diri masyarakat akan semakin meningkat apabila konten lebih sering menampilkan testimoni ibu yang berhasil mencegah stunting, pengalaman tenaga kesehatan di lapangan, maupun video demonstrasi penyusunan menu bergizi" (Firmansyah, 2026).

Pendapat tersebut didukung oleh Putri Sri Rahayu yang mengaku lebih percaya diri setelah mengikuti akun Instagram @dinkeskab.garut. Ia menyampaikan, "Ya, pastinya. Karena ada beberapa ilmu yang saya dapat seperti makanan yang bergizi dan juga setidaknya saya juga tahu langkah-langkah untuk mencegah stunting" (Putri Sri Rahayu, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informasi yang diberikan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong keyakinan ibu untuk menerapkan perilaku sehat dalam kehidupan sehari-hari.

Anna Septiani juga menunjukkan tingkat efikasi diri yang tinggi setelah memperoleh edukasi melalui media sosial. Ia menjelaskan, "Sangat yakin karena pemenuhan gizi seimbang sangat harus diperhatikan, terutama di seribu hari pertama kehidupan anak" (Aneu Septiani, 2026). Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pemahaman mengenai pentingnya periode 1.000 Hari Pertama Kehidupan (HPK) telah membentuk keyakinan bahwa pencegahan stunting harus dimulai sejak dini melalui pemenuhan gizi yang baik.

Hal serupa disampaikan oleh informan yang memiliki anak berusia dua tahun. Ia mengungkapkan, "Ya saya cukup yakin saya bisa menerapkan makanan bergizi kepada anak saya untuk menjaga stunting karena tumbuh kembang anak itu sangat-sangat dibutuhkan untuk saya pada saat ini. Dengan cara memberikan makanan yang bergizi daripada nanti kita lebih

peduli setelah anak mengalami stunting, lebih baik dijaga dari sekarang" (Lia Siti Aliyah Lia Siti Aliyah, 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan telah membentuk keyakinan untuk melakukan tindakan pencegahan sebelum masalah kesehatan muncul.

Analisis konten menunjukkan bahwa akun @dinkeskab.garut cukup sering menyampaikan pesan-pesan yang bersifat memberdayakan, seperti edukasi mengenai ASI eksklusif, MPASI bergizi, konsumsi protein hewani, imunisasi, pemantauan pertumbuhan anak, serta pentingnya kunjungan rutin ke Posyandu. Penyajian materi melalui infografis dan video singkat memudahkan ibu muda memahami langkah-langkah yang dapat diterapkan tanpa memerlukan pengetahuan kesehatan yang kompleks.

Hasil penelitian juga mendukung kebijakan pemerintah dalam Perpres Nomor 72 Tahun 2021, yang menekankan pentingnya pemberdayaan keluarga melalui edukasi kesehatan agar mampu melakukan pencegahan stunting secara mandiri. Temuan ini juga memperkuat penelitian Ernawati (2022) dan Rahmadiana (2025) yang menunjukkan bahwa media promosi kesehatan berbasis digital dapat meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam menerapkan perilaku hidup sehat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan yang dipublikasikan melalui akun Instagram @dinkeskab.garut telah merepresentasikan enam konstruk utama dalam *Health Belief Model* (HBM), yaitu *perceived susceptibility*, *perceived severity*, *perceived benefits*, *perceived barriers*, *cues to action*, dan *self-efficacy*. Keenam konstruk tersebut muncul melalui kombinasi penyampaian informasi berbentuk infografis, video edukasi, ilustrasi visual, serta caption yang menggunakan bahasa sederhana sehingga mudah dipahami oleh ibu muda sebagai sasaran utama komunikasi kesehatan.

Pada dimensi *perceived susceptibility*, konten berhasil membangun kesadaran bahwa stunting dapat dialami oleh setiap anak apabila kebutuhan gizi tidak dipenuhi sejak masa kehamilan hingga usia dua tahun. Mayoritas informan menyatakan bahwa setelah melihat konten mereka memahami bahwa stunting bukan hanya berkaitan dengan tinggi badan, tetapi juga berkaitan dengan perkembangan otak dan kualitas hidup anak. Temuan ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan mampu meningkatkan persepsi kerentanan sebagaimana dijelaskan dalam *Health Belief Model*, yaitu individu akan terdorong melakukan perilaku pencegahan apabila merasa dirinya memiliki risiko mengalami suatu masalah kesehatan.

Pembahasan pada dimensi *perceived severity* memperlihatkan bahwa konten telah menjelaskan dampak fisik dan perkembangan anak akibat stunting. Akan tetapi, hampir seluruh informan menilai bahwa dampak sosial maupun ekonomi belum dijelaskan secara mendalam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pesan komunikasi kesehatan masih lebih berfokus pada aspek medis dibandingkan konsekuensi sosial jangka panjang yang dapat memengaruhi kualitas sumber daya manusia. Padahal, menurut *Health Belief Model*, persepsi mengenai tingkat keparahan penyakit menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kesiapan seseorang untuk melakukan tindakan pencegahan.

Temuan pada dimensi *perceived benefits* menunjukkan bahwa seluruh informan merasakan manfaat dari konten edukasi gizi yang dipublikasikan melalui Instagram. Informasi mengenai konsumsi protein hewani, ASI eksklusif, MPASI, serta pemantauan pertumbuhan anak memberikan pemahaman mengenai pentingnya gizi seimbang dalam mencegah stunting. Informasi tersebut juga meningkatkan pengetahuan praktis ibu muda sehingga mereka lebih siap menerapkan perilaku hidup sehat dalam keluarga.

Pada dimensi *perceived barriers* ditemukan bahwa hambatan yang dirasakan informan tidak hanya berasal dari faktor ekonomi, tetapi juga keterbatasan waktu, kurangnya variasi contoh menu bergizi, serta minimnya solusi praktis yang dapat diterapkan di rumah. Walaupun sebagian informan tidak mengalami kendala biaya, mereka tetap mengharapkan adanya contoh menu murah bergizi, cara pengolahan makanan sederhana, serta edukasi yang menyesuaikan

kondisi keluarga Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan akan menjadi lebih efektif apabila tidak hanya menjelaskan pentingnya perilaku sehat, tetapi juga memberikan solusi terhadap hambatan yang dihadapi masyarakat.

Dimensi *cues to action* menunjukkan bahwa konten Instagram @dinkeskab.garut telah mampu memberikan stimulus kepada ibu muda untuk melakukan tindakan pencegahan stunting. Ajakan untuk datang ke Posyandu, melakukan imunisasi, memantau pertumbuhan anak, serta memenuhi kebutuhan gizi dinilai mampu menjadi pemicu bagi masyarakat. Walaupun demikian, para informan mengharapkan adanya informasi yang lebih operasional seperti jadwal Posyandu, lokasi pelayanan kesehatan, maupun tautan layanan sehingga masyarakat dapat segera melakukan tindakan setelah melihat konten.

Temuan pada dimensi *self-efficacy* memperlihatkan bahwa seluruh informan merasa lebih percaya diri dalam menerapkan pola makan bergizi setelah memperoleh edukasi melalui akun Instagram @dinkeskab.garut. Informasi yang sederhana, visual yang menarik, serta contoh perilaku sehat membuat ibu muda merasa bahwa pencegahan stunting merupakan sesuatu yang dapat dilakukan oleh setiap keluarga. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemampuan menjaga kesehatan keluarga.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan melalui akun Instagram @dinkeskab.garut telah efektif sebagai media edukasi gizi dalam mendukung pencegahan stunting pada ibu muda di Kabupaten Garut. Pesan yang disampaikan telah merepresentasikan enam konstruk *Health Belief Model* (HBM), sehingga mampu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, motivasi, dan keyakinan ibu muda untuk menerapkan perilaku pencegahan stunting. Meskipun demikian, efektivitas komunikasi masih dapat ditingkatkan melalui penyajian konten yang lebih aplikatif, berbasis data lokal, contoh kasus nyata, dan solusi praktis agar mampu mendorong perubahan perilaku yang lebih optimal serta mendukung pencapaian SDGs 3 (*Good Health and Well-Being*) dalam upaya penurunan prevalensi stunting.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2020). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024*. Bappenas.
- Dwijayanti, R. (2020). *Gizi masyarakat dan pencegahan stunting pada anak di Indonesia*. Deepublish.
- Ernawati, A. (2022). Media promosi kesehatan untuk meningkatkan pengetahuan ibu tentang stunting: Systematic review. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 18(2), 151–168.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Petunjuk teknis penyusunan dan pelaksanaan strategi komunikasi perubahan perilaku percepatan pencegahan stunting (Buku 1)*. Direktorat Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat, Kementerian Kesehatan RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). *Buku saku hasil Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). *Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023*. Kementerian Kesehatan RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2024). *Hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) Tahun 2024*. Kementerian Kesehatan RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2025). *Survei Status Gizi Indonesia (SSGI)*

- Tahun 2024. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Mutaqin, A. (2025). Strategi komunikasi kesehatan digital melalui media sosial dalam kampanye pencegahan stunting. *Jurnal Komunikasi Kesehatan Indonesia*, 6(1), 35–48.
- Peraturan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Nomor 12 Tahun 2021 tentang Rencana Aksi Nasional Percepatan Penurunan Angka Stunting Indonesia Tahun 2021–2024.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting, Jakarta.
- Prawirohartono, E. P. (2021). *Stunting: Dari teori dan bukti ke implementasi di lapangan*. UGM Press.
- Rahmadiana, R., & Kasusilaningrum, T. (2025). Peran edukasi digital oleh *influencer* kesehatan dalam meningkatkan kesadaran gizi anak pada ibu muda. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 9(1), 45–60.
- Safitri, N. (2022). Implementasi *Sustainable Development Goals* (SDGs) dalam pembangunan kesehatan di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Publik Indonesia*, 7(2), 88–98.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, A., & Santosa, B. J. (2023). *Pemberdayaan masyarakat dalam mewujudkan keluarga sehat bebas stunting berbasis Health Belief Model dan Theory of Planned Behavior*. Medsan Publisher.
- Suirvi, D., Rahmawati, E., & Hidayat, A. (2022). Penerapan *Health Belief Model* dalam perubahan perilaku kesehatan masyarakat. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 17(1), 41–50.
- Suryani, N., Sugiyono, & Lestari, D. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations.