

## KOMUNIKASI PENDAMPING PROGRAM KELUARGA HARAPAN (PKH) DALAM PENCEGAHAN STUNTING DI KABUPATEN JENEPONTO

Muh. Rayes Ibrahim<sup>1\*</sup>, Muhammad Farid<sup>2</sup>, Arianto<sup>3</sup>, Andi Alimuddin Unde<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia.

\*Email: muhrayes@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang tepat yang dapat digunakan oleh pendamping PKH dalam mencegah stunting di Kabupaten Jeneponto. dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu melakukan wawancara kepada pendamping PKH, Keluarga Penerima Manfaat (KPM), Pemerhati dan Pemerintah terkait. Hasil penelitian mengungkapkan strategi pendamping sosial dalam mencegah stunting di Kabupaten Jeneponto.

**Kata Kunci:** Model Komunikasi, Pencegahan Stunting, Pendamping Sosial PKH

## *MEANING OF THE LYRICS OF THE SONG "BERANJAK ADULT" NADIN AMIZAH (SEMIOTICAL STUDY OF FERDINAND DE SAUSSURE)*

### *ABSTRACT*

*This research aims to find out the appropriate communication strategies that PKH Facilitators can use to prevent stunting in Jeneponto Regency. using qualitative research methods, namely conducting interviews with PKH Facilitators, Beneficiary Families (KPM), Observers and the relevant Government. The results of the research reveal the strategies of social assistants in preventing stunting in Jeneponto Regency*

**Keywords:** *Communication Model, Stunting Prevention, PKH Social Assistance*

**Korespondensi:** Muh. Rayes Ibrahim<sup>1</sup>. Universitas Hasanuddin. Jl. Perintis Kemerdekaan No.KM.10, Tamalanrea Indah, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90245. **No. HP, WhatsApp:, Email:** muhrayes@gmail.com

---

## PENDAHULUAN

Masalah stunting di Indonesia khususnya di wilayah Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan, angka stunting di daerah Kabupaten Jeneponto mencapai 39%. Stunting di Kabupaten Jeneponto sangat memprihatinkan mengingat Perpres nomor 72 tahun 2020 tentang percepatan penurunan stunting dalam mempersiapkan generasi emas di Indonesia. Masalah stunting tentu sangat mempengaruhi tumbuh kembang dan otak anak, dimana generasi berikutnya disiapkan untuk menjadi generasi emas yang sehat, cerdas dan mampu bersaing dengan anak-anak muda lainnya. Stunting menjadialah satu masalah besar bagi Indonesia khususnya di wilayah Kabupaten Jeneponto karena dengan kasus stunting yang tertinggi di Sulawesi Selatan menjadi PR khusus untuk melakukan penanganan stunting di daerah Jeneponto agar baduta, balita ibu dan anak dapat terhindar dari stunting atau melahirkan anak yang stunting. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi Pendamping PKH dalam melakukan penanganan stunting di Kabupaten Jeneponto.

Strategi komunikasi dipahami sebagai aktifitas yang dilakukan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan tertentu, dengan media apa, pesan yang bagaimana dan efek yang akan dicapai, yang akhirnya apa yang diinginkan sesuai dengan tujuannya (Mudjiono, 2007:126). Strategi pada hakekatnya adalah suatu rencana guna meraih suatu target. Target tidak akan mudah dicapai apabila tidak memiliki strategi, karena segala tindakan itu membutuhkan strategi, terlebih dalam target komunikasi (Effendy, 2000:36). Akan tetapi untuk mencapai target tersebut, strategi bukanlah petunjuk yang memberi petunjuk saja, akan tetapi juga menunjukkan taktiknya.

Strategi komunikasi secara makro (planned multimedia strategy) maupun secara mikro (single communication medium strategy) mempunyai fungsi ganda (Effendi, 2000:36). Yaitu :

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif dengan cara sistematis kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang maksimal.
2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap), yaitu kondisi yang mudah didapat dan kemudahan media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun. Strategi komunikasi sangat menentukan keberhasilan dalam komunikasi. Dalam menyusun strategi komunikasi seorang pemimpin harus memahami fungsi strategi komunikasi baik secara makro maupun mikro. Dengan pendekatan makro berarti organisasi dipandang struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan dengan pendekatan mikro lebih memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan sub unit pada suatu organisasi. Komunikasi yang diperlukan pada tingkat ini adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk memberi orientasi

dan latihan, komunikasi untuk menjaga iklim, dan pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan dalam bekerja (Firdaus, 2008:12). Dalam komunikasi, untuk merancang strategi komunikasi ada empat faktor, yaitu: (Fajar, 2009:14) 1. Mengenal khalayak Dalam komunikasi komunikator pertama harus membuat komunikasi yang efektif. Karena dalam komunikasi itu khalayak itu tidak pasif melainkan aktif. Jadi antara komunikator dan komunikan akan terjalin hubungan dan saling mempengaruhi. 2. Menyusun pesan Menyusun pesan, menentukan tema dan materi. Dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu menimbulkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat, karena tidak semua yang diamati menimbulkan perhatian. Dengan demikian suatu efektifitas dalam komunikasi perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan AA procedure atau from Attention to Action procedure. Artinya membangkitkan perhatian (Attention) untuk selanjutnya menggerakkan orang untuk melakukan kegiatan (Action) sesuai tujuan yang direncanakan. Dalam menentukan tema atau isi pesan yang disampaikan kepada khalayak yaitu sesuai dengan kondisinya.

3. Menetapkan metode Dalam metode penyampaian dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif. Ada 2 bentuk cara pelaksanaan dalam tatanan cara pelaksanaan yaitu : a. Metode redundancy (repetition) adalah dengan mempengaruhi khalayak melalui pesan yang diulang-ulang. b. Metode canalizing yaitu mempengaruhi khalayak menerima pesan yang disampaikan, lalu sedikit demi sedikit mengubah sikap dan pola pikirnya agar sejalan. (fajar,2010:14). Menurut bentuk isinya, ada 4 bentuk yang digunakan dalam menentukan bentuk dan isinya yaitu : a. Metode informatif, yaitu dalam bentuk pernyataan khalayak seperti : keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. b. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan membujuk. c. Metode edukatif, yaitu dengan memberi suatu pengalaman yang bermanfaat kepada khalayak dengan tujuan mengubah tingkah laku khalayak ke arah yang diinginkan. d. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh.

4. Pemilihan media komunikasi Dalam mencapai tujuan komunikasi kita harus memilih salah satu media yang tepat untuk mendukung atau menunjang tujuan kita agar tercapai, karena setiap media mempunyai kelemahan dan keunggulan masing-masing sebagai alat. Jadi Pemandian Air Panas Derekan memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik agar mendapatkan hasil yang maksimal. Strategi komunikasi adalah kunci di dalam melakukan komunikasi yang efektif, dengan strategi komunikasi Pendamping PKH mampu menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi di lapangan yang mampu

menangani kasus-kasus stunting di Kabupaten Jeneponto, bukan hanya penanganannya melainkan yang lebih penting adalah pencegahan stunting, karena lebih baik mencegah daripada mengobati.

## **METODE PENELITIAN**

Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan sumber data primer dan sekunder, adapun teknik pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun jumlah Informan adalah 9 orang terdiri dari Pendamping PKH dan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) PKH.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) Dalam Pencegahan Stunting**

Strategi komunikasi dipahami sebagai aktifitas yang dilakukan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan tertentu, dengan media apa, pesan yang bagaimana dan efek yang akan dicapai, yang akhirnya apa yang diinginkan sesuai dengan tujuannya (Mudjiono,2007:126). Strategi pada hakekatnya adalah suatu rencana guna meraih suatu target. Target tidak akan mudahdicapai apabila tidak memiliki strategi, karena segala tindakan itu membutuhkan strategi, terlebih dalam target komunikasi (Effendy, 2000:36). Akan tetapi untuk mencapai target tersebut, strategi bukanlah petunjuk yangmemberi petunjuk saja, akan tetapi juga menunjukkan taktiknya.

Strategi komunikasi secara makro (planned multimedia strategy) maupun secara mikro (single communication medium strategy) mempunyai fungsi ganda (Effendi, 2000:36). Yaitu :

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif dengan cara sistematis kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang maksimal.
2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap), yaitu kondisi yang mudah didapat dan kemudahan media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun. Strategi komunikasi sangat menentukan keberhasilan dalam komunikasi. Dalam menyusun strategi komunikasi seorang pemimpin harus memahami fungsi strategi komunikasi baik secara makro maupun mikro. Dengan pendekatan makro berarti organisasi dipandang struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan dengan pendekatan mikro lebih memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan sub unit pada suatu organisasi. Komunikasi yang diperlukan pada tingkat ini adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk memberi orientasi dan latihan, komunikasi untuk menjaga iklim, dan pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan dalam bekerja (Firdaus, 2008:12).

Dalam komunikasi, untuk merancang strategi komunikasi ada empat faktor, yaitu: (Fajar, 2009:14) 1. Mengenal khalayak Dalam komunikasi komunikator pertama harus membuat komunikasi yang efektif. Karena dalam komunikasi itu khalayak itu tidak pasif melainkan aktif. Jadi antara komunikator dan komunikan akan terjalin hubungan dan saling mempengaruhi. 2. Menyusun pesan Menyusun pesan, menentukan tema dan materi. Dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu menimbulkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat, karena tidak semua yang diamati menimbulkan perhatian. Dengan demikian suatu efektifitas dalam komunikasi perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Hal ini sesuai dengan AA procedure atau from Attention to Action procedure. Artinya membangkitkan perhatian (Attention) untuk selanjutnya menggerakkan orang untuk melakukan kegiatan (Action) sesuai tujuan yang direncanakan. Dalam menentukan tema atau isi pesan yang disampaikan kepada khalayak yaitu sesuai dengan kondisinya.

3. Menetapkan metode Dalam metode penyampaian dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinyadikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif. Ada 2 bentuk cara pelaksanaan dalam tatanan cara pelaksanaan yaitu : a. Metode redundancy (repetition) adalah dengan mempengaruhi khalayak melalui pesan yang diulang-ulang. b. Metode canalizing yaitu mempengaruhi khalayak menerima pesanyang disampaikan, lalu sedikit demi sedikit mengubah sikap dan pola pikirnya agar sejalan. (fajar,2010:14). Menurut bentuk isinya, ada 4 bentuk yang digunakan dalam menentukan bentuk dan isinya yaitu : a. Metode informatif, yaitu dalam bentuk pernyataan khalayak seperti : keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. b. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan membujuk. c. Metode edukatif, yaitu dengan memberi suatu pengalaman yang bermanfaat kepada khalayak dengantujuan mengubah tingkah laku khalayak ke arah yang diinginkan. d. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir dan biasanya di belakangnyaberdiri kekuatan tangguh.
4. Pemilihan media komunikasi Dalam mencapai tujuan komunikasi kita harus memilih salah satu media yang tepat untuk mendukung atau menunjang tujuan kita agar tercapai, karena setiap media mempunyai kelemahan dan keunggulan masing-masing sebagai alat. Jadi Pemandian Air Panas Derekan memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Demikian pula strategi komunikasi yaitu paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan

tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi (Effendi, 2008: 29). Fokus dari sebuah komunikasi adalah bagaimana pesan (*message*) dapat sampai kepada komunikan (*receiver*), dalam hal ini adalah khalayak. Strategi komunikasi yang baik akan membantu proses penyampaian pesan.

Peneliti akan membahas strategi komunikasi Pendamping Sosial PKH dalam pencegahan stunting di Kabupaten Jenepono. Strategi komunikasi khususnya dalam hal ini promosi menjadi hal yang sangat penting dalam melakukan pencegahan stunting

## SIMPULAN

Menurut jurnal dan hasil analisis studi pustaka sebelumnya, temuan menunjukkan bahwa sebagian Pendamping Sosial belum menerapkan strategi komunikasi yang efektif di dalam melakukan pencegahan stunting di Kabupaten Jenepono. Ada yang belum menerapkan dan ada juga yang sama sekali tidak tahu tentang strategi komunikasi pendampingan sosial dalam pencegahan stunting. Namun beberapa Pendamping Sosial sudah ada yang menerapkan seperti contohnya misalnya terkait dengan komunikasi persuasif salahsatunya adalah bagaimana Pendamping PKH dapat berkomunikasi dengan lancar salahsatunya menggunakan bahasa daerah setempat untuk berkomunikasi agar mudah saling memahami, mengerti satu sama lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV. Armico.
- Berger & Chaffee (Eds.) (1987). *Handbook of Communication Science*. Beverly Hills, California; SageBungin, B. (2012). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_, 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- \_\_\_\_\_, 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_, 1998. *Pengantar Ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Direktorat Jaminan Sosial. 2015. Buku Kerja Pendamping dan Operator PKH. Direktorat Jenderal Perlindungan dan Jaminan Sosial Kementerian Sosial RI.
- Direktorat Jaminan Sosial.2013, *Pedoman Umum Program Keluarga Harapan*. Ed. Revisi, Direktorat Jenderal Perlindungan dan jaminan Sosial Kementerian Sosial RI.
- Direktorat Jaminan Sosial.2008. *Buku Saku Pendamping PKH*, Jakarta. Direktorat JenderalPerlindungan dan Jaminan Sosial Kementerian Sosial RI.
- Habibullah. (2011). Peran pendamping pada program keluarga harapan kabupaten Karawang. *Jurnal Informasi (Kajian Permasalahan Sosial Dan Usaha Kesejahteraan sosial)*, 101-116.
- Hafied Cangara.2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Pers.
- Hafied Cangara.2017. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hamdani, Ahmad. 2007. *Pola Komunikasi Pendamping Program Keluarga Harapan dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat*. Rekatama Media
- Kementerian Sosial RI. Panduan Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH). 2021, Jakarta: Direktorat Jaminan Sosial. Direktorat Jenderal Perlindungan dan Jaminan Sosial Kementerian Sosial RI
- Kementerian Sosial RI. Pedoman Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH). 2019, Jakarta: Kementerian Sosial.

- Kementerian Sosial RI. 2018. *Pedoman Pelaksanaan Program Keluarga Harapan Tahun 2019*, Kementerian Sosial Republik Indonesia.
- Kementerian Sosial RI. 2016. Program Keluarga Harapan. Jakarta: Kementerian Sosial.
- Kementerian Sosial RI. 2013. PKH Program Profile, Jakarta: Kementerian Sosial.
- Miles and Huberman. 2000. *Qualitative Data Analysis; A Source of New Methods; Sages Publications*, Beverly Hills, London .
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J, Lexy. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cetakan Kesebelas, PT, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Saefullah, Ujang. 2007. *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Agama dan Budaya*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sekretariat Negara RI, Pedoman Pelaksanaan Program Keluarga Harapan Tahun 2021. Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya