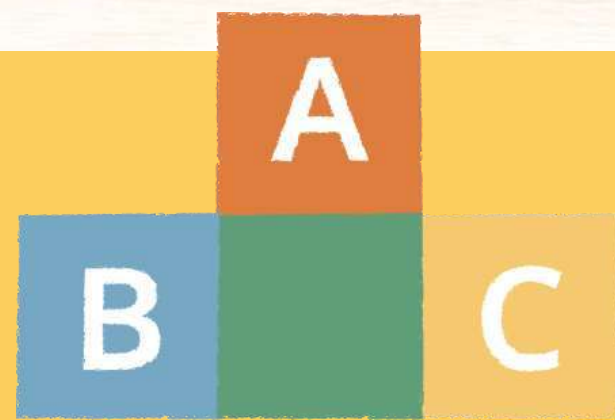


“Pemberitaan Stunting Ramah Anak di Media Digital”

Oleh:
Rachmi Kurnia Siregar



MEDIA DIGITAL

Media digital meliputi media sosial, blog & website, podcast, video online, email, game online, aplikasi seluler, periklanan dll.

Media sosial merupakan wadah medium di internet yg memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dg pengguna lain dlm membentuk ikatan sosial secara virtual.

Ada tiga elemen dalam media sosial yang merujuk pada makna bersosial yaitu pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation).



DEFINISI & PERMASALAHAN STUNTING

Menurut WHO (2015), stunting adalah gangguan pertumbuhan dan perkembangan anak akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, yang ditandai dengan panjang atau tinggi badannya berada di bawah standar.



PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM KASUS STUNTING

Media digital memiliki beragam manfaat di antaranya untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan para ibu balita.

Media digital merupakan media promosi kesehatan strategis bagi stake holder dalam mendorong para ibu balita untuk 'melek gizi' bertujuan mengantisipasi kasus stunting sejak dini.



Chen et al (2020): semua negara menggunakan media sosial untuk berbagi informasi selama pandemic Covid-19, termasuk Indonesia.

Annur (2022): Indonesia sebagai salah satu negara pengguna terbanyak media sosial di dunia berdasarkan data wearesocial.com. Media sosial efektif, efisien dan ekonomis untuk menunjang berbagai aktivitas public.

PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM KASUS STUNTING

Masyarakat Indonesia paling banyak menggunakan ranah digital melalui media sosial privat pada platform percakapan Whatsapp (WA). Sedangkan media sosial public yang banyak digunakan antara lain Youtube, Instagram, Tik Tok, Twitter dan Facebook. Mulyadi et al (2022): media sosial sebagai instrumen strategis atau panduan untuk mengedukasi para ibu balita dalam menambah wawasan terkait gizi dan pencegahan kasus stunting. Hoddinot et al (2013): stunting merupakan indikator penting dari kemiskinan dan kesenjangan sosial-ekonomi.

Influencer media sosial yang mempromosikan gizi dan pencegahan stunting masih minim. (Handayani, Bekti & Ariyanto, Bambang, 2023). Akun media sosial resmi yang dikelola instansi pemerintah belum maksimal dalam mempromosikan pencegahan stunting.



PERAN INFLUENCER

Diperlukan kolaborasi antar influencer dalam mempromosikan gizi dan pencegahan kasus stunting dalam linimasa media digital untuk membangun partisipatif antar warganet (interaksi) untuk memberikan komentar maupun informasi seputar persoalan gizi dan pencegahan stunting. Komen-komen di ranah digital kerap berisi hinaan dalam menanggapi kasus stunting. Bender (2022) media sosial digunakan dalam kampanye #SadarStunting melalui kolaborasi dengan para influencer untuk pencegahan stunting.



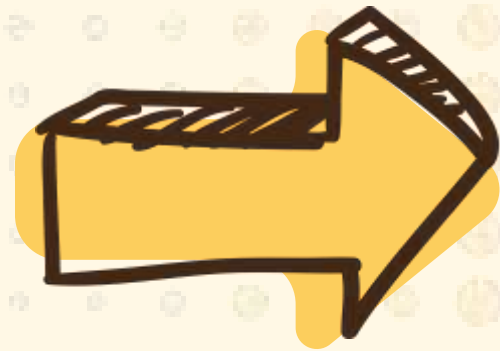
PERAN WARGANET

Informasi seputar gizi dan pencegahan stunting di media digital menjadi stimulus bagi para warganet khususnya ibu balita dalam memberikan komen-komen maupun dalam mengunggah konten-konten terkait gizi dan persoalan stunting sehingga dapat membangun pola diskusi partisipatif.

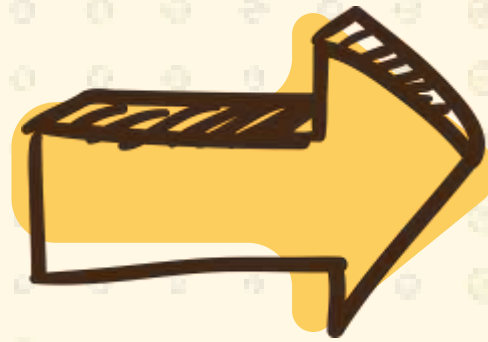
Lim (2013) media sosial merupakan salah satu saluran dalam mendorong pelembagaan partisipasi digital terkait kebijakan transformatif.



PEMANFAATAN MELALUI MEDIA DIGITAL DALAM STUNTING



Instagram menjadi konsultan kesehatan melalui penyebaran informasi dan saran-saran terbaik termasuk untuk penguatan gizi dan pencegahan stunting.



Penguatan informasi yang konsisten dan berkelanjutan melalui penggunaan konten kreatif di media sosial Instagram untuk mengedukasi informasi stunting kepada para ibu balita.



Konten kreatif: video animasi, infografis, meme dan gambar kartun berpengaruh signifikan dalam menarik minat para warganet untuk berpartisipasi dalam linimasa di ranah digital.