“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.

KONTEN INFLUENCER

Unggahan influencer dalam platform media digital terkait bahaya stunting antara lain: pertumbuhan dan perkembangan yang dapat menyebabkan keterlambatan fisik dan perkembangan kognitif balita, penurunan daya tahan tubuh balita, gangguan fungsi kognitif, masalah kesehatan mental, resiko penyakit kronis, rendahnya produktivitas anak di saat dewasa.

AKUN INFLUENCER

Platform Instagram merupakan media sosial terfavorit bagi para ibu balita untuk mendapatkan informasi terkait gizi balita. Di antara akun influencer Instagram dengan fokus penguatan gizi balita yaitu: Komunitas Ayah Asi Indonesia dengan akun @id_ayahasi, influencer Dr. dr. Tan Shot Yen dengan akun @drtanshotyen, dan akun influencer Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI) yakni @aimi_asi. Terbentuk diskusi partisipatoris dengan tersedianya ruang diskusi digital di media sosial.

Konsep Komunikasi

- Kayas, Shafnatya Ananya, dkk (2023): Konsep perancangan pesan penguatan gizi dan pencegahan stunting: edukatif, menarik, simple, konsep komunikasi AIDA dan konsep visual.
- Konsep komunikasi AIDA: attention (perhatian), Interest (Minat), Decision (Keputusan) dan Action (Tindakan) bertujuan menarik minat para warganet.

Pedoman Pemberitaan Ramah Anak Berdasarkan Peraturan Dewan Pers No.1/Peraturan-DP/II/2019

01 Wartawan merahasiakan identitas anak.

02 Wartawan memberitakan secara faktual dengan narasi bernuansa positif.

03 Wartawan tidak menggali informasi di luar kapasitas anak

04 Wartawan tidak mempublikasikan identitas anak untuk melengkapi informasi

05 Wartawan memperhatikan dampak pemberitaan yang berlebihan

06 Wartawan tidak memberitakan anak dalam perlindungan LPSK (Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban)

07 Wartawan tidak mewawancarai saksi anak dalam kasus pelaku belum ditangkap.

08 Wartawan tudak mempublikasikan identitas anak yang berhubungan dengan pelaku.

09 Wartawan boleh mengumumkan identitas anak hilang atau disandera, jika anak belum ditemukan.

10 Wartawan tidak memberitakan identitas anak yang terlibat dalam politik atau SARA.

11 Wartawan tidak menjadikan media sosial sebagai materi utama berita anak.

12 Wartawan berpedoman pada UU Sistem Peradilan Pidana Anak (SPPA)

MEDIA MASSA BERTANGGUNG JAWAB DALAM MELINDUNGI ANAK DARI SEGALA BENTUK DISKRIMINASI

Dalam menghasilkan karya-karya jurnalistik, jurnalis hendaknya mampu memperluas perspektif dengan lebih baik dan mengembangkan pemahaman, kepekaan maupun kepedulian yang lebih dalam terhadap perempuan dan anak-anak dengan berpegang pada prinsip-prinsip pemberitaan ramah anak. Pedoman pemberitaan ramah anak juga berupaya melindungi wartawan dari konsekuensi hukum dalam peliputannya mengenai hak-hak anak. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 yang mengatur tentang Pers dan peraturan Dewan Pers yang berlaku mengatur penilaian akhir Dewan Pers terhadap permasalahan penerapan kriteria pemberitaan ramah anak.

REFERENSI

·Arianto, B & Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet Melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus Pada #Honda Beat. Jurnal Maksiprenuer: Manajemen, Koperasi, dan Enterpreneurship, 11(1), 19-46.

Bender, G. W. (2022). Strategi Komunikasi Kampanye Sadar Stunting 2021 Melalui Kol. Jurnal Pariwara, 2(1), 14-24.

Chen, H. T., Chan, M., & Lee, F. L. (2016). Social media use and democratic engagement: A comparative study of Hong Kong, Taiwan, and China. Chinese Journal of Communication, 9(4), 348-366.

·Ernawati, A. (2022). Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang Stunting. Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK, 18(2),139-152

REFERENSI

Handayani, Bekti, Ariyanto, Bambang. (2023). Media Sosial dan Kampanye Pencegahan Stunting. Journal of Humanity Studies, Volume 2 (1), p. 32-50.

·Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., & Ulfa, N. S. (2022). Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stutning. Interaksi Online, 10(2), 152- 169.

·Lim, M. (2013). Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. DIGITAL, 127.

. Shafnatya et al (2023). Perancangan Media Informasi Mengenai Pencegahan Stunting Pada Wilayah Kabupaten Di Jawa Barat. e-Proceeding of Art & Design: Vol.10, No.6 Desember 2023