

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian strategi komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktik harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Menurut R.Wayne peace, Brent D. Peterson dan M. Dallas dalam bukunya *Techniques Effective Communication*, tujuan strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yakni:

- a. *To secure understanding*
- b. *To establish acceptance*
- c. *To motivate action*

To secure understanding memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya, jika sudah dapat mengerti dan menerima maka penerimanya harus dibina, dalam hal ini *To establish acceptance* dan pada akhirnya kegiatan dimotivasikan, *To motivate action*. Oleh karena itu strategi komunikasi dapat mengubah pendapat, sikap dan aksi seseorang. Strategi komunikasi harus bersifat dinamis, saat terjadi perubahan situasi atau kondisi yang terjadi pada

komunikasikan, komunikator yang harus melakukan perubahan strategi komunikasi yang telah dijalankan.¹

*Harold Lasswell's (1948) quote, "who said what, in which channel to whom with what effects", outlines a foundational framework for understanding communication. Embedded within this framework is a focus on the people involved in the process, albeit with no agency. It directs attention to the "who" and "whom," introducing the question of human experience within communication scholarship.*²

Terjemahan:

Kutipan Harold Lasswell, "siapa mengatakan apa, melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa", menguraikan kerangka dasar untuk memahami komunikasi. Tersepat dalam kerangka ini adalah fokus pada orang-orang yang terlibat dalam proses tersebut, meskipun tanpa agensi. Hal ini mengarahkan perhatian pada "siapa" dan "siapa," yang memperkenalkan pertanyaan tentang pengalaman manusia dalam kajian komunikasi.

¹ Rahmi Suzana, "Strategi Komunikasi Badan Kota Majelis Taklim (BKMT) Kecamatan Lintang Kanan dalam Meningkatkan Ukhwah Islamiah" (skripsi, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Bengkulu, 2024).

² Cleves M. Nkie Mongo, "MC9001—Communication Theory I, Fall 2024: Final Exam Essay," *Journal of Media and Communication* 10, no. 2 (Februari 2024). Hal 2.

Komunikasi merupakan instrumen penting yang selalu dilakukan manusia dalam kehidupannya, begitupun dalam dunia pendidikan. Pada dasarnya manusia tidak mampu hidup sendiri sehingga sosialisasi menjadi hal penting. Sosialisasi di sini memaksa manusia untuk berinteraksi setiap harinya tanpa jeda. Setiap orang mempunyai gaya berkomunikasi mereka sendiri-sendiri. Manoppa dan Saiyadain, Komunikasi berarti menjelaskan ide dan informasi kepada orang lain. Dale S. Beach, komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari orang yang satu kepada orang lain.³

Tarone mendefinisikan dari sudut pandang “*interaksional*”. Menurut strategi komunikasi adalah sebuah usaha bersama yang dilakukan oleh dua lawan bicara untuk menyepakati makna. Ada tiga kriteria yang harus dipenuhi dalam strategi komunikasi, yaitu pertama seorang komunikator ingin mengomunikasikan suatu makna kepada komunikan; kedua, komunikator yakin bahwa struktur linguistik atau sosiolinguistik yang ada dalam makna pesan tidak dapat ditangkap secara jelas oleh komunikan; ketiga, komunikator memilih untuk menghindari untuk mengomunikasikan makna sebenarnya dari pesan yang disampaikan atau mencoba cara alternatif untuk mengkomunikasi makna pesan. Komunikator akan berhenti mencoba jika ia merasa bahwa kedua pihak sepakat dan memiliki makna yang sama dari pesan yang disampaikan.

³ Moekijat, *Teori Komunikasi* (Bandung: Mandar Maju, 1993). Hal 1-5

Fzrch dan Kasper Mereka mendefinisikan strategi komunikasi dari sudut pandang “psikolinguistik”. Menurut mereka strategi komunikasi adalah rencana yang disusun secara sadar untuk menyelesaikan sesuatu yang dianggap permasalahan oleh individu dalam mencapai tujuan komunikasi tertentu. Strategi komunikasi menurutnya merupakan salah satu wacana yang menggunakan gagasan “*conditional relevance*”.⁴

Joseph DeVito Joseph DeVito mendefenisikan strategi komunikasi adalah penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi, biasanya dengan cara memanipulasi dan memberikan dorongan sikap defensif. Strategi merupakan lawan dari spontanitas yang serba mendadak.

Stephen Robbins Menurut Stephen Robbins strategi komunikasi adalah penentu tujuan dan arah sikap serta persiapan untuk mendapatkan hal-hal yang diperlukan dalam jangka Panjang.⁵

2. Unsur-unsur Strategi Komunikasi

Unsur komunikasi dibagi menjadi tujuh, yakni sumber atau komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, akibat atau pengaruh, umpan balik, serta lingkungan. Ketujuh unsur tersebut sering juga disebut elemen atau komponen komunikasi. Unsur-unsur ini sangat penting dalam menciptakan proses komunikasi yang baik.

⁴ Zamzami dan W. Sahana, "Strategi Komunikasi Organisasi," *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no. 1 (2021). Hal 25–37.

⁵ Zamzami dan W. Sahana, "Strategi Komunikasi Organisasi," *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no. 1 (2021). Hal 25–37.

Para ahli komunikasi memiliki pendapatnya masing-masing mengenai unsur komunikasi. Namun jika dirangkum, setidaknya ada tujuh unsur komunikasi. Berikut penjelasannya:

- a) Sumber atau komunikator (*source*) komunikator atau sumber adalah pengirim pesan dalam proses komunikasi. Istilah lain dari komunikator ialah sender, encoder, source, atau pengirim pesan. Komunikator bisa berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai pengirim pesan.
- b) Pesan (*message*) pesan dalam proses komunikasi dimaknai sebagai sesuatu yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Pesan bisa disampaikan secara tatap muka atau lewat media komunikasi, seperti telepon, surat, dan lainnya. Isi pesan sangat bervariasi, ada yang sifatnya informatif, menghibur, dan nasihat. Namun, ada pula pesan yang berisikan propaganda.
- c) Saluran atau media (*channel*) Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa contoh media yang sering dipakai dalam proses komunikasi ialah pancaindra dan alat komunikasi, seperti surat, telepon, dan telegram. Selain itu, media dalam proses komunikasi juga bisa dimaknai sebagai media cetak, media elektronik, dan media daring yang menjadi perantara penyampaian pesan komunikasi.
- d) Penerima atau komunikan (*receiver*) Komunikan adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator. Komunikan

bisa berupa perorangan, kelompok, partai, bahkan negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena menjadi sasaran dari komunikasi. Apabila pesan tidak diterima komunikan, akan timbul permasalahan yang sering menuntut adanya perubahan, entah dari komunikator, pesan, atau media.

- e) Akibat atau pengaruh (*effect*) Adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, serta dilakukan komunikan sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada sisi pengetahuan, sikap, maupun tingkah laku individu atau sekelompok orang. Oleh sebab itu, *effect* dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada sisi pengetahuan, sikap, serta tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.
- f) Umpan balik (*feedback*) Umpan balik bisa muncul dari pengaruh pesan yang ditimbulkan. Namun, juga bisa muncul dari unsur komunikasi lainnya, yakni pesan dan media.
- g) Lingkungan Unsur komunikasi ini terdiri dari sejumlah faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor lingkungan bisa dikelompokkan menjadi empat macam, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, dimensi psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik berarti proses komunikasi hanya bisa berjalan lancar tanpa rintangan fisik, misalnya geografis. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, serta politik yang bisa menjadi kendala dalam proses komunikasi.

Contohnya bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Dimensi psikologis merujuk pada pertimbangan kejiwaan dalam berkomunikasi. Contohnya menghindari kritik yang bisa menyinggung perasaan lawan bicara. Dimensi waktu adalah situasi yang tepat untuk berkomunikasi.⁶

3. Macam-macam strategi komunikasi

a. Strategi komunikasi interpersonal

1) Pengertian Strategi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan membangun dan mempertahankan hubungan sosial.⁷ Menurut DeVito, komunikasi interpersonal yang efektif dapat diwujudkan apabila didasarkan pada lima ciri utama, yaitu: keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Keterbukaan mencerminkan keinginan untuk berbagi informasi pribadi secara jujur dan tulus. Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Dukungan menciptakan suasana yang aman dan nyaman dalam berkomunikasi. Sikap positif mencerminkan pandangan yang optimis terhadap

⁶ Efendi, Erwan, dkk., "Analisis Unsur-unsur Komunikasi, Media Komunikasi, Metode Komunikasi, Efek Komunikasi," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4, no. 3 (Februari 2024). Hal 1297

⁷ Abdul Kholiq dan Nurul Hidayah, "Peningkatan Kinerja Tenaga Pendidik dan Kependidikan Melalui Komunikasi Interpersonal Kepala Madrasah Pada Lembaga Pendidikan di

lawan bicara, kesetaraan menunjukkan bahwa tidak ada dominasi dalam komunikasi, melainkan adanya hubungan yang seimbang dan saling menghargai”.⁸

Komunikasi interpersonal tidak hanya berperan sebagai sarana penyampaian, tetapi juga menjadi sarana penting dalam membangun hubungan emosional, membentuk persepsi, dan mempengaruhi sikap serta perilaku informasi individu. Dalam komunikasi interpersonal yang efektif, proses timbal balik atau umpan balik (feedback) menjadi kunci penting untuk memastikan bahwa pesan diterima dan dipahami dengan benar. Umpan balik ini dapat berupa tanggapan verbal, seperti komentar atau pertanyaan, maupun tanggapan nonverbal seperti anggukan kepala, ekspresi wajah, dan kontak mata.

Oleh karena itu, komunikasi interpersonal tidak dapat dipisahkan dari konteks hubungan antarmanusia yang saling mempengaruhi dan membentuk pemahaman bersama. Keberhasilan komunikasi interpersonal sangat bergantung pada kemampuan masing-masing individu dalam menyesuaikan gaya komunikasi, membaca situasi sosial, serta menjaga kepekaan terhadap respon dan kebutuhan lawan bicara. Dalam konteks hubungan profesional seperti antara pendamping PKH dan Keluarga Penerima

⁸ Isabela Brenda Evelyne Fernando Putri Kalimau dan Nofha Rina, "Komunikasi Interpersonal Ayah Pekerja dan Anak Perempuan dalam Meningkatkan Keterbukaan Diri Anak," LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 2, (Desember, 2023). Hal 223-234.

Manfaat (KPM), komunikasi interpersonal yang efektif akan sangat menentukan tercapainya tujuan komunikasi, baik dalam bentuk pendidikan, persuasi, maupun pemberdayaan

2) Teori Komunikasi Interpersonal

Teori Penyesuaian Interpersonal yang dikembangkan oleh Judee Burgoon menjelaskan bagaimana individu menyesuaikan perilaku mereka dalam komunikasi interpersonal agar sesuai dengan ekspektasi sosial dan harapan interpersonal yang ada dalam suatu situasi komunikasi. Teori ini menekankan pentingnya penyesuaian terhadap norma sosial, aturan komunikasi yang tidak tertulis, dan ekspektasi yang dimiliki oleh kedua belah pihak dalam interaksi sosial, baik dalam komunikasi verbal maupun nonverbal. Penyesuaian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hubungan dan menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan harmonis.

Burgoon dalam teorinya berpendapat bahwa individu secara sadar atau tidak sadar akan mengubah perilaku mereka untuk menyesuaikan diri dengan situasi sosial yang ada.⁹ Penyesuaian ini dapat berupa penyesuaian dalam hal penggunaan bahasa, gaya berbicara, ekspresi wajah, intonasi suara, hingga jarak fisik antara individu yang berkomunikasi. Dengan kata

⁹ Burgoon, Judee K., dan David B. Buller. "Teori penipuan interpersonal." *Teori-teori yang menarik dalam komunikasi interpersonal: Berbagai perspektif* (2008). Hal 227-239.

lain, teori ini menunjukkan bahwa interaksi yang efektif bergantung pada kemampuan individu untuk membaca situasi sosial dan menyesuaikan diri dengan ekspektasi yang ada.

Untuk memahami bagaimana penyesuaian perilaku terjadi dalam komunikasi antarpribadi, Burgoon menjabarkan sejumlah prinsip utama yang menjadi dasar dari teori ini. Prinsip-prinsip ini menjelaskan aspek-aspek penting yang mempengaruhi proses adaptasi komunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal, dalam berbagai konteks sosial. Berikut adalah penjelasan dari prinsip-prinsip tersebut:

- Penyesuaian terhadap Ekspektasi Sosial: Individu akan berusaha menyesuaikan perilaku mereka dengan ekspektasi sosial yang ada, baik yang bersifat eksplisit maupun implisit. Hal ini mencakup norma-norma sosial yang berlaku dalam budaya atau kelompok tertentu.
- Pengaruh Perilaku Nonverbal: Penyesuaian tidak hanya terjadi dalam aspek verbal, tetapi juga dalam perilaku nonverbal, seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan kontak mata. Perilaku nonverbal seringkali menjadi penanda penting dalam hubungan interpersonal dan dapat mempengaruhi bagaimana pesan diterima.
- Menyesuaikan Gaya Komunikasi: Dalam komunikasi interpersonal, individu akan menyesuaikan gaya komunikasi mereka (misalnya, lebih formal atau

lebih santai) berdasarkan siapa lawan bicaranya dan konteks komunikasi tersebut. Hal ini berperan penting dalam membangun kedekatan dan kepercayaan dalam hubungan.

- Komunikasi Adaptif: Penyesuaian komunikasi juga melibatkan kemampuan untuk menanggapi umpan balik dari lawan bicara dan menyesuaikan pendekatan sesuai dengan respon tersebut. Hal ini memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih harmonis dan saling mendukung.

Teori Penyesuaian Interpersonal memiliki relevansi yang sangat penting dalam konteks penelitian ini. Dalam konteks tersebut, Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) sebagai komunikator utama dalam proses penanganan *stunting* dituntut untuk mampu menyesuaikan perilaku komunikasinya dengan karakteristik dan kondisi Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Penyesuaian ini penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif dan membangun interaksi yang edukatif, persuasif, serta sesuai dengan ekspektasi sosial dan budaya KPM.

Pendamping PKH perlu menyesuaikan cara berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal, demi menciptakan interaksi yang selaras dengan latar belakang sosial budaya KPM. Penyesuaian perilaku komunikatif yang tepat akan memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan dalam menyampaikan pemahaman mengenai pentingnya pencegahan dan

penanganan *stunting*. Fungsi Dan Hambatan Strategi Interpersonal

a) Manfaat Strategi Interpersonal

- Meningkatkan Hubungan: Memperkuat ikatan sosial dan mengurangi potensi konflik antar individu.
- Pertukaran Informasi: Memungkinkan berbagi pengetahuan dan pengalaman, serta memberikan umpan balik langsung.
- Pengambilan Keputusan: Membantu individu dalam membuat keputusan melalui diskusi dan pertukaran ide.
- Perubahan Sikap: Mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain melalui interaksi tatap muka menyelenggarakan sejumlah kegiatan yang memberikan kesempatan kepada peserta didik.¹⁰

b) Hambatan Strategi Interpersonal

- Perbedaan budaya dan persepsi
Latar belakang budaya, nilai, dan pengalaman individu dapat menyebabkan perbedaan interpretasi terhadap pesan yang disampaikan, sehingga menimbulkan kesalah pahaman.¹¹

¹⁰ Fara Nabila Tania, Malika Aulia Husnah S., Dimas Dwika Syahrahmanda, dan Afwan Syahril Manurung, "Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Hubungan Guru dengan Siswa , JICN": *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, Vol. 1, No.6 (Desember 2024-Januari 2025). Hal 1-10

¹¹ Bimo. "15 Hambatan Komunikasi Antar Pribadi." *PakarKomunikasi.com*, 22 September 2017. <https://pakarkomunikasi.com/hambatan-komunikasi-antar-pribadi> . Diakses pada 3 Mei 2025.

- Hambatan semantik

Penggunaan istilah atau bahasa yang tidak dipahami oleh komunikan berpotensi menimbulkan distorsi pesan dan gangguan makna.

- Gangguan emosional

Kondisi emosional negatif seperti marah, malu, atau takut dapat mengganggu kelancaran komunikasi dan mengurangi efektivitas kelancaran pesan.¹²

- Hambatan Fisik

Hambatan ini berkaitan dengan keadaan fisik seseorang, contohnya orang yang tuna rungu. Biasanya hambatan ini dapat diatasi dengan mencari cara terbaik agar komunikasi tetap bisa berjalan dengan lancar. Contohnya dengan menggunakan Bahasa isyarat. Asalkan komunikator dan komunikan mau bekerja sama hambatan ini pasti bisa diatasi. Orang yang bisu pun bisa berkomunikasi dengan menulis email atau menggunakan gerakan tubuh.¹³

b. Strategi Komunikasi Informatif

1) Pengertian Strategi Komunikasi Informatif

¹² Kompas.com, "Hambatan Komunikasi: Pengertian serta Bentuk Hambatannya," diakses 3 Mei 2025, <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/28/110000869/hambatan-komunikasi--pengertian-serta-bentuk-hambatannya> .

¹³ Raihan Amalia Yasmin, "Strategi Menyiasati Hambatan Komunikasi," BINUS University Malang , diakses 3 Mei 2025, <https://binus.ac.id/malang/2020/04/strategi-menyiasati-hambatan-komunikasi/> .

Strategi komunikasi informatif adalah bagian dari strategi komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang jelas, terperinci, dan objektif kepada audiens tanpa adanya perubahan langsung dalam sikap atau pandangan mereka. Fokus dari strategi ini adalah pada menyampaikan pesan yang bersifat informatif, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan atau pemahaman mengenai suatu topik atau isu tertentu.¹⁴

Dalam konteks program sosial seperti PKH (Program Keluarga Harapan), strategi komunikasi informatif digunakan untuk memberikan informasi yang tepat waktu dan jelas kepada penerima manfaat (KPM), mengenai tahapan-tahapan dalam program, hak dan kewajiban mereka, serta proses penyaluran bantuan. Teknik komunikasi informatif bertujuan agar KPM dapat memahami informasi dasar tanpa adanya paksaan untuk mengubah sikap mereka secara langsung.

Beberapa metode yang digunakan dalam strategi komunikasi informatif ini antara lain penyampaian surat undangan pertemuan, penyebaran informasi mengenai jadwal pencairan bantuan, dan penjelasan tentang tahapan program PKH yang harus dilalui oleh para KPM. Pendamping PKH bertugas untuk

¹⁴Suryani, D. (2015). "Strategi Komunikasi dalam Program Pembangunan Sosial: Perspektif dan Aplikasi." *Jurnal Komunikasi dan Pembangunan*, 10(2). Hal 145-160.

memastikan bahwa setiap informasi yang diberikan dapat diterima dengan jelas oleh KPM, agar mereka dapat berpartisipasi aktif dalam setiap langkah program dengan pemahaman yang baik.¹⁵

2) Teori Strategi Komunikasi Informatif

Menurut Cangara, strategi komunikasi informatif adalah strategi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dengan tujuan agar mereka mengetahui atau memahami informasi tertentu yang sebelumnya belum mereka ketahui. Dalam pendekatan ini, komunikator berperan sebagai sumber informasi utamautama, sedangkan komunikan atau penerima pesan bersifat pasif, dalam arti mereka hanya menerima dan menyerap informasi tanpa adanya interaksi timbal balik yang aktif.¹⁶

Karakteristik utama dari strategi ini adalah komunikasi satu arah, dimana informasi disampaikan dari pengirim ke penerima secara langsung, tanpa mengharapkan respon balik yang signifikan. Strategi ini lazim digunakan dalam konteks-konteks seperti penyuluhan, pengumuman resmi, penyebaran informasi kebijakan publik, atau sosialisasi program-program sosial, termasuk dalam Program Keluarga Harapan (PKH).

¹⁵ Ulin Nihayyah dan Roudhotul inayah. "Strategi Komunikasi Penyuluhan Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Pada Masyarakat," *jurnal pemberdayaan Masyarakat* 10, no.2 (2022). Hal 134-149

¹⁶ Wahyuni, WI, La Tarifu, & Masrul. "Strategi Komunikasi Pustakawan dalam Pelayanan Prima di UPT Perpustakaan Universitas Halu Oleo." *Jurnal Literasi Perpustakaan dan Informasi*, 2(1), (2021). Hal 6.

Dengan strategi komunikasi informatif, tujuan utamanya bukan untuk mempengaruhi sikap atau perilaku, melainkan hanya untuk memberi tahu dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami oleh khalayak. Oleh karena itu, strategi ini sangat bergantung pada kejelasan isi pesan, media yang digunakan, serta kredibilitas komunikator sebagai penyampai informasi.

c. Strategi Komunikasi Edukatif

1) Pengertian Strategi Edukatif

Strategi komunikasi edukatif adalah pendekatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang mendidik dan memotivasi audiens untuk memahami dan mengubah pengetahuan, sikap, serta perilaku mereka. Strategi ini lebih dari sekedar memberikan informasi, namun juga bertujuan untuk mendidik dan membimbing audiens agar mereka dapat menerapkan pengetahuan baru dalam kehidupan sehari-hari mereka.¹⁷

Komunikasi edukatif dilakukan secara terencana atas dasar kesadaran dengan maksud untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat untuk dirinya, orang lain dan masyarakat. Setiap komunikasi selalu ada komunikan (yang diajak komunikasi) dan komunikator (orang yang melakukan komunikasi).

¹⁷ Dewi, S., Rambe, P., & Lubis, A. (2022). Strategi Komunikasi Edukatif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 12(1). Hal 45-59.

Hubungan antara komunikan dan komunikator sangatlah dekat dalam arti selalu berinteraksi atau berhubungan secara intens untuk menyampaikan pesan.¹⁸

2) Teori Strategi Komunikasi Edukatif

Prasetyo dan Lestari menunjukkan bahwa penggunaan media audiovisual dalam kegiatan edukatif terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman serta mendorong perubahan perilaku, khususnya dalam konteks kesehatan masyarakat. Strategi ini memanfaatkan kekuatan visual dan audio secara bersamaan untuk menyampaikan pesan yang kompleks menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Media seperti video edukasi, animasi, dan film pendek tematik mampu menarik perhatian, menggugah emosi, dan memperkuat retensi pesan yang disampaikan.¹⁹

Penggunaan media audiovisual menjadi sangat relevan dalam pelaksanaan strategi komunikasi edukatif yang dilakukan oleh pendamping Program Keluarga Harapan (PKH), khususnya dalam upaya penanganan *stunting*. Sasaran dari program ini, yaitu Keluarga Penerima Manfaat (KPM), pada umumnya berasal dari latar belakang sosial ekonomi rendah

¹⁸ M. Saekan Muchith, "Membangun Komunikasi Edukatif," *Jurnal Komunikasi* 8, no. 1 (2014). Hal 178-179

¹⁹ B. Prasetyo dan M. Lestari, "Pengaruh Media Audiovisual terhadap Perubahan Perilaku Remaja dalam Kampanye Kesehatan," *Jurnal Media Komunikasi*, vol. 7, (Agustus 2019). Hal 89-98.

dengan tingkat literasi yang bervariasi. Dalam kondisi demikian, penyampaian pesan melalui media konvensional seperti ceramah atau teks tertulis sering kali kurang efektif. Oleh karena itu, pendekatan audio visual menjadi alternatif strategi yang mampu menjembatani keterbatasan tersebut.

Media audiovisual dapat digunakan untuk menyampaikan informasi tentang pentingnya penyediaan gizi anak, pemberian ASI eksklusif, pola asuh yang sehat, serta pentingnya kunjungan rutin ke posyandu. Dengan menampilkan visualisasi konkrit tentang dampak *stunting* dan cara pencegahannya, media ini tidak hanya mengedukasi tetapi juga membangun kesadaran dan motivasi bagi KPM untuk melakukan perubahan perilaku. Dalam praktiknya, pendamping sosial PKH dapat memanfaatkan media ini dalam pertemuan kelompok, kelas parenting, maupun melalui distribusi konten edukatif melalui platform digital seperti WhatsApp dan YouTube. Dengan demikian, strategi komunikasi edukatif berbasis media audiovisual tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan yang mampu meningkatkan efektivitas program intervensi PKH dalam menanggulangi *stunting* di tingkat keluarga.

d. Strategi Komunikasi Persuasif

1) Pengertian Strategi Persuasif

Dalam (KBBI, 2023), Persuasi adalah ajakan atau bujukan seseorang dengan cara yang meyakinkan. Persuasion, atau persuasi, berasal dari bahasa Latin, "peruasio", yang berarti "membujuk, mengajak, atau merayu". Komunikasi persuasif adalah upaya psikologis untuk mempengaruhi sikap, karakter, pendapat, dan perilaku individu atau kelompok melalui komunikasi yang didasarkan pada alasan dan argumen.

Mengubah persepsi, pemikiran, dan tindakan adalah tujuan komunikasi persuasif. "Persuasi" berasal dari bahasa Latin "persuasion", yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Komunikasi persuasif melibatkan kesempatan yang sama untuk saling memengaruhi, menyampaikan tujuan persuasi kepada audiens, dan mempertimbangkan kehadiran audiens. Aspek emosional atau afektif, seperti empati dan simpati, dapat dipengaruhi untuk persuasi. Tujuan dari proses komunikasi ini adalah untuk mengajak dan membujuk orang lain untuk mengubah sikap, keyakinan, dan pendapat mereka agar sesuai dengan pandangan dan keinginan komunikator.²⁰

2) Teori Strategi Komunikasi Persuarif

²⁰ Wiji Nasrudin, Agustini Agustini, dan Agustina Multi Purnomo, "Penguatan Argumen dan Bukti pada Gaya Komunikasi Persuasif Humas Tirta Kahuripan Mengatasi Keluhan Pelanggan," *Jurnal Intelekt Insan Cendikia*, edisi 1.7 (2024). Hal 2600

Komunikasi Persuasif Hovland, terdapat tiga komponen utama dalam proses persuasif yaitu source, message, dan attitude Change.²¹

- Sumber (Source)

Komponen pertama dalam komunikasi persuasif adalah sumber pesan. Sumber ini bisa berupa individu, kelompok, atau organisasi yang menyampaikan pesan. Dalam konteks PKH (Program Keluarga Harapan), sumber pesan dapat berasal dari pendamping PKH atau petugas terkait yang berperan dalam memberikan informasi atau Arah kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Efektivitas pesan sangat bergantung pada kredibilitas, keterpercayaan, dan kualitas komunikasi sumber tersebut.

- Pesan (message)

Pesan adalah isi informasi yang disampaikan oleh sumber kepada penerima. Dalam komunikasi persuasif, pesan harus jelas, relevan, dan memotivasi penerimanya untuk melakukan perubahan sikap atau perilaku. Dalam konteks PKH, pesan yang disampaikan kepada KPM dapat berupa informasi tentang pentingnya asupan gizi yang baik untuk

²¹ Arafah, Rizka Aulia, dan Rita Destiwati. "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menghadapi Stigma Kesehatan Mental Menggunakan Pendekatan Inklusif." *Hulondalo: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2024). Hal 124-134.

mencegah *stunting* atau ajakan untuk mengikuti program-program yang dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga. Selain itu, pesan juga perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan pemahaman KPM agar dapat diterima dengan baik.

- Perubahan Sikap (*attitude change*)

Tujuan utama dari komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi sikap penerima pesan, sehingga dapat tercipta perubahan perilaku yang diinginkan. Dalam hal ini, perubahan sikap yang diharapkan adalah perubahan positif dalam cara pandang KPM terhadap program PKH dan tindakannya, seperti mengubah pola makan keluarga atau lebih aktif dalam mengikuti program-program peningkatan kesejahteraan. Perubahan sikap ini diharapkan dapat mendorong perubahan perilaku yang mendukung tercapainya tujuan PKH, misalnya pengurangan angka *stunting*.

B. Program Keluarga Harapan (PKH)

1. Pengertian Program Keluarga Harapan

Dimulai pada tahun 2007, Program Keluarga Harapan (PKH) merupakan program *Conditional Cash Transfer* (CCT) atau bantuan tunai bersyarat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pembangunan manusia, khususnya bagi anak-anak dari rumah tangga sangat miskin (KSM).

PKH merupakan bentuk bantuan sosial yang memiliki ketentuan-ketentuan tertentu atau persyaratan yang harus dipenuhi oleh keluarga berpenghasilan rendah, terutama ibu hamil dan anak-anak, agar mereka dapat secara optimal memanfaatkan fasilitas kesehatan (faskes), fasilitas pendidikan (fasdik), serta layanan sosial lainnya di tingkat lokal.

Dalam perkembangannya, PKH juga menasar kelompok rentan lainnya seperti lanjut usia (lansia) dan penyandang disabilitas fisik maupun mental. Program ini dilaksanakan sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam menjaga dan meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat, sesuai dengan amanat konstitusi dan program Nawacita Presiden Republik Indonesia.

PKH dipandang sebagai upaya strategis jangka panjang yang tidak hanya berperan sebagai jaring pengaman sosial, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan yang komprehensif dalam mempromosikan perlindungan sosial serta hak asasi manusia. Dalam konteks pembangunan nasional, penting untuk memastikan bahwa PKH berkontribusi terhadap penguatan modal manusia dan peningkatan akses terhadap peluang ekonomi bagi masyarakat miskin. Dengan demikian, PKH diharapkan mampu menjadi sarana efektif dalam membantu kelompok rentan keluar dari jerat kemiskinan secara berkelanjutan.²²

²² Edi Suharto, "Peran Perlindungan Sosial dalam Mengatasi Kemiskinan di Indonesia: Studi Kasus Program Keluarga Harapan," *Jurnal Sosiohumaniora* 17, no. 1 (2015). Hal 1-15.

2. Pertemuan peningkatan kemampuan keluarga (P2k2)

Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga (P2K2) adalah kegiatan edukasi yang dilakukan oleh Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) untuk meningkatkan kapasitas Keluarga Penerima Manfaat (KPM) dalam bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan kesejahteraan sosial, *stunting*. Tujuan utama dari P2K2 adalah membantu KPM memahami pentingnya perubahan perilaku yang lebih baik, terutama dalam pengasuhan anak, manajemen keuangan, dan pencegahan *stunting*.²³

P2K2 memiliki beberapa tujuan utama:

- a. Meningkatkan Kesadaran dan Pengetahuan Keluarga Penerima Manfaat (KPM)
 - Memastikan anak mendapatkan pendidikan yang layak.
 - Memberikan pemahaman tentang pola asuh anak yang baik.
 - Meningkatkan pemahaman terkait pencegahan *stunting*.²⁴
- b. Mendorong Perubahan Perilaku Positif
 - Mengajarkan pola hidup sehat dan gizi seimbang.

²³ Kementerian Sosial RI, *Pedoman Umum Program Keluarga Harapan (PKH) Tahun 2022*, Jakarta: Kemensos RI, 2022. Hal 35 -40.
<https://kemensos.go.id/uploads/topics/16202973084877.pdf>

²⁴ Kementerian Kesehatan RI, *Modul Pencegahan Stunting dalam Program PKH*, Jakarta: Kemenkes, 2021, hlm. 2027. <https://ayosehat.kemkes.go.id/pub/files/files49505Juknis%20Implementasi%20KPP%20Stunting> ISBN 13072021.pdf

- Menyadarkan pentingnya imunisasi dan sanitasi.
 - Mengubah pola pikir dari ketergantungan bantuan sosial menjadi kemandirian.²⁵
- c. Meningkatkan Ekonomi Keluarga
- Mengajarkan cara mengelola keuangan rumah tangga.
 - Memotivasi KPM untuk memanfaatkan bantuan sosial dengan bijak.
 - Memberikan pelatihan keterampilan ekonomi kreatif bagi KPM.²⁶
3. Pendamping Sosial Program Keluarga Harapan (PKH)

Pendamping merupakan bagian dari Unit Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (UPPKH) yang berhubungan langsung dengan peserta Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa. Dalam pelaksanaan tugasnya pendamping diwajibkan untuk membuat rencana kerja mingguan dan bulanan, mendampingi peserta Program Keluarga Harapan (PKH) pada saat pembayaran sesuai mekanisme, membuat daftar kontrol, memotivasi peserta agar memenuhi komitmennya. Memastikan peserta PKH terdaftar sebagai peserta Jaminan Kesehatan Masyarakat (Jamkesmas) dan anaknya mendapatkan penerima beasiswa miskin,

²⁵ "Pentingnya Modul *Stunting* dalam P2K2," *Jurnal Gizi Masyarakat*, Volume 15, Issue 1, 2023, hlm. 78-90, DOI <https://www.kemkes.go.id/resources/download/info-terkini/modul-pencegahan-stunting-dalam-program-PKH.pdf>

²⁶ Strategi Pendamping PKH dalam Edukasi Keuangan Keluarga," *Jurnal Ekonomi & Kesejahteraan Sosial*, Volume 14, Issue 2, 2023. Hal 55-70, DOI: <https://doi.org/10.37064/jeks.v14i2.2023>

selanjutnya membuat laporan insidentil, kegiatan, laporan bulanan dan tahunan.²⁷

4. Tujuan Program Keluarga Harapan

a) Tujuan umum

- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM).
- Mengubah perilaku peserta PKH yang kurang mendukung upaya peningkatan kesejahteraan.
- Memutus mata rantai kemiskinan antar generasi.

b) Tujuan Khusus

- Meningkatkan kualitas kesehatan keluarga sangat miskin (KSM).
- Meningkatkan taraf pendidikan anak-anak dari keluarga sangat miskin (KSM).
- Meningkatkan akses dan kualitas pelayanan pendidikan dan kesehatan, khususnya bagi anak-anak dari keluarga sangat miskin (KSM).

C. *Stunting*

1. Pengertian *stunting*

Stunting adalah gangguan tumbuh kembang pada balita yang disebabkan oleh kekurangan gizi jangka panjang, yang dapat terjadi sejak kehamilan hingga usia 24 bulan. Tanda yang sering muncul adalah terjadinya penurunan kecepatan pertumbuhan pada anak khususnya balita. *Stunting* bukan hanya mengganggu pertumbuhan fisik namun juga pada

²⁷ H. Nurdiansah, "Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) dalam Memutus Rantai Kemiskinan oleh Unit Pelaksana Program Keluarga Harapan (UPPKH) Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis," *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 3, no. 3 (2017). Hal 1-14.

pertumbuhan lainya seperti mental, kognitif dan intelektual anak. Anak yang sudah teridentifikasi *stunting* sejak balita akan sulit untuk diperbaiki sehingga akan berlanjut hingga anak tersebut tumbuh dewasa. Bahkan ketika anak tersebut akan mempunyai keturunan di masa depan, tidak menutup kemungkinan mempunyai resiko jabang bayi lahir dengan berat badan rendah Terdapat dua faktor yang secara langsung mempengaruhi status gizi yaitu konsumsi makanan dan keadaan Kesehatan (penyakit infeksi). Kedua faktor ini saling berpengaruh rendahnya konsumsi makanan secara terus-menerus akan menimbulkan kekurangan gizi.²⁸

Stunting merupakan salah satu target SDGS (*Sustainable Development Goals*) pada pembangunan berkelanjutan ke-2, yaitu menghilangkan kelaparan dan segala bentuk malnutrisi pada tahun 2030 serta mencapai ketahanan pangan. *Stunting* juga merupakan salah satu program prioritas pemerintah dengan menurunkan angka *stunting* hingga 40% pada tahun 2025. Kejadian balita pendek atau biasa disebut dengan *stunting* merupakan salah satu masalah gizi yang dialami oleh balita di dunia saat ini. Pada tahun 2017 22,2% atau sekitar 150,8 juta balita di dunia mengalami *stunting*. Namun, angka ini sudah mengalami penurunan jika dibandingkan dengan angka *stunting* pada tahun 2000 yaitu 32,6%. Pada tahun 2017, lebih dari setengah balita *stunting* di dunia berasal dari Asia (55%) sedangkan lebih dari sepertiganya (39%) tinggal di Afrika. Dari 83,6 juta balita *stunting* di Asia, proporsi terbanyak berasal dari Asia Selatan (58,7%) dan proporsi paling sedikit di Asia Tengah (0,9%).

²⁸ H. Nurdiansah, "Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) dalam Memutus Rantai Kemiskinan oleh Unit Pelaksana Program Keluarga Harapan (UPPKH) Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis," *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 3, no. 3 (2017). Hal 1-14

Data prevalensi balita *stunting* yang dikumpulkan World Health Organization (WHO), Indonesia termasuk ke dalam negara ketiga dengan prevalensi tertinggi di *regional Asia Tenggara/South-East Asia Regional (SEAR)*. Rata-rata prevalensi balita *stunting* di Indonesia tahun 2005-2017 adalah 36,4% [1]. Prevalensi *stunting* anak balita di Indonesia cenderung statis. Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2007 menunjukkan *prevalensi stunting* di Indonesia sebesar 36,8%. Pada tahun 2010 terjadi sedikit penurunan menjadi 35,6%. Namun *prevalensi stunting* kembali meningkat pada tahun 2013, yaitu menjadi 37,2%. Berdasarkan hasil Pemantauan Status Gizi (PSG) tahun 2015 prevalensi *stunting* di Indonesia adalah 29%. Angka ini mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 27,5%, namun kembali meningkat menjadi 29,6% pada tahun 2017.

Stunting dapat menyebabkan kemiskinan dan menciptakan lingkaran setan, karena *stunting* bisa meningkatkan morbiditas, mortalitas serta konsekwensinya dapat meluas hingga dewasa, sehingga dapat meningkatkan resiko bayi baru lahir rendah, penyakit infeksi dan penyakit tidak menular, serta produktivitas dan pendapatan ekonomi yang menurun. Berdasarkan teori H.I blum bahwa kesehatan masyarakat dipengaruhi oleh empat faktor yaitu lingkungan seperti ekonomi, social, politik dan budaya, perilaku (life style), pelayanan Kesehatan, dan (4) keturunan atau genetic.²⁹

2. Penyebab *Stunting*

Penyebab *stunting* disebabkan oleh faktor multi dimensi dan tidak hanya disebabkan oleh faktor gizi buruk yang dialami oleh ibu hamil maupun anak balita. Intervensi yang paling menentukan untuk dapat mengurangi *pervalensi stunting* oleh karenanya perlu dilakukan pada 1.000 Hari Pertama

²⁹ Nelly Yuana, Ta. Larasati, dan Khairun Nisa Berawi, "Analisis Multilevel Faktor Resiko *Stunting* di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur," *Jurnal Aisyah: Jurnal Ilmu Kesehatan* 6, no. 2 (2021). Hal 213–217.

Kehidupan (HPK) dari anak balita. Secara lebih detil, beberapa faktor yang menjadi penyebab *stunting* dapat digambarkan sebagai berikut:

- Praktek pengasuhan yang kurang baik
- Masih terbatasnya layanan kesehatan, termasuk layanan pelayanan kesehatan untuk ibu selama masa kehamilan.
- Masih kurangnya akses rumah tangga/ keluarga ke makanan bergizi.
- Kurangnya akses ke air bersih dan sanitasi

3. Dampak *Stunting*

Dampak yang ditimbulkan *stunting* dapat dibagi menjadi dampak jangka pendek dan jangka panjang

a. Dampak Jangka Pendek.

- Peningkatan kejadian kesakitan dan kematian
- Perkembangan kognitif, motorik, dan verbal pada anak tidak optimal
- peningkatan biaya kesehatan.

b. Dampak Jangka Panjang

- Postur tubuh yang tidak optimal saat dewasa (lebih pendek dibandingkan pada umumnya)
- Meningkatnya risiko obesitas dan penyakit lainnya
- Menurunnya kesehatan reproduksi
- Kapasitas belajar dan performa yang kurang optimal saat masa sekolah
- Produktivitas dan kapasitas kerja yang tidak optimal.³⁰

³⁰ I. Choliq, D. Nasrullah, dan M. Mundakir, "Pencegahan *stunting* di Medokan Semampir Surabaya melalui modifikasi makanan pada anak," *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2020). Hal 31-40.