

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Stunting

1. Pengertian Stunting

Stunting merupakan suatu kondisi gagal tumbuh pada bayi (0-11 bulan) dan anak balita (12-59 bulan) akibat dari tidak mendapatkan asupan bergizi dalam jumlah yang tepat dalam kurun waktu yang lama, kekurangan gizi kronis terutama dalam 1.000 hari pertama kehidupan (HPK) sehingga anak terlalu pendek untuk usianya. Kekurangan gizi terjadi sejak bayi dalam kandungan dan pada masa awal setelah bayi lahir, tetapi kondisi stunting baru nampak setelah anak berusia 2 tahun Persatuan Ahli Gizi Indonesia (PERSAGI).

2. Penyebab stunting

Stunting disebabkan oleh faktor yang multidimensi, di antaranya praktik pengasuhan gizi yang kurang baik terhadap anak, termasuk kurangnya pengetahuan ibu mengenai kesehatan dan gizi sebelum dan pada masa kehamilan serta setelah ibu melahirkan Persatuan Ahli Gizi Indonesia (PERSAGI).

Intervensi yang paling menentukan untuk dapat mengurangi prevalensi stunting perlu dilakukan pada 1.000 hari pertama kehidupan (HPK) dari anak balita (PERSAGI).

Berikut faktor-faktor yang menjadi penyebab *stunting* (Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan TNP2K, 2017) :

a. Praktek pengasuhan yang tidak baik

1. Kurang pengetahuan tentang kesehatan dan gizi sebelum dan pada masa kehamilan.
2. 60 % dari anak usia 0-6 bulan tidak mendapatkan ASI eksklusif.

- b. Kurangnya akses untuk mendapatkan makanan bergizi
 - 1. 1 dari 3 ibu hamil mengalami anemia.
 - 2. Makan bergizi mahal.
- c. Kurangnya akses air bersih dan sanitasi
 - 1. 1 dari 5 rumah tangga masih ada BAB (Buang Air Besar) di tempat terbuka.
 - 2. 1 dari 3 rumah tangga belum memiliki akses yang memadai ke air minum bersih.
- d. Terbatasnya layanan kesehatan termasuk layanan ANC (Ante Natal Care/pelayanan kesehatan untuk ibu selama masa kehamilan), post natal dan pembelajaran dini yang berkualitas
 - 1. 1 dari 3 anak usia 3-6 tahun tidak terdaftar di pendidikan anak usia dini.
 - 2. 2 dari 3 ibu hamil belum mengonsumsi suplemen zat besi yang mencukupi selama kehamilan.
 - 3. Menurunkan tingkat kehadiran anak di posyandu.
 - 4. Tidak mendapat akses yang bagus ke layanan imunisasi.

3. Pencegahan stunting

Pencegahan dilakukan melalui intervensi gizi spesifik yang di tunjukkan dalam 1.000 hari pertama kehidupan (HPK). Intervensi gizi spesifik untuk mengatasi permasalahan gizi pada ibu hamil, ibu menyusui 0-6 bulan, ibu menyusui 7-23 bulan, anak usia 0-6 bulan, dan anak usia 7-23 bulan (PERSAGI).

4. Ciri-ciri stunting

Ciri-ciri stunting adalah (PERSAGI):

- a. Pertumbuhan melambat
- b. Pertumbuhan gigi terhambat
- c. Usia 8-10 tahun anak menjadi lebih pendiam, tidak banyak melakukan eye contact
- d. Wajah terlihat lebih muda dari usia
- e. Tanda pubertas terlambat
- f. Performa buruk pada tes perhatian dan memori belajar berkurang

5. Kategori stunting

a. *Stunted* /pendek (-2 SD)

Tabel 2.1

Indikator tinggi badan *stunted* anak balita Standar status gizi anak (TB/U)

Anak laki-laki			Anak perempuan		
Umur	TB (cm)	BB (Kg)	Umur	TB (cm)	BB (Kg)
12 bulan	71,0	7,7	12 bulan	68,9	7,0
24 bulan	81,7	9,7	24 bulan	79,3	9,0
36 bulan	88,7	11,3	36 bulan	87,4	10,8
48 bulan	94,9	12,7	48 bulan	94,3	12,3
60 bulan	100,7	14,1	60 bulan	99,9	13,7

(Kepmenkes RI No:1995/MENKES/SK/XII/2010)

b. Severely stunted (sangat pendek)

Tabel 2.2

Indikator tinggi badan *severely stunted* anak balita Standar status gizi anak

(TB/U) Anak laki-laki

Anak perempuan

Umur	TB (cm)	BB (Kg)	Umur	TB (cm)	BB (Kg)
12 bulan	68,6	6,9	12 bulan	66,3	6,3
24 bulan	78,0	8,6	24 bulan	76,0	8,1
36 bulan	85,0	10,0	36 bulan	83,6	9,6
48 bulan	90,7	11,2	48 bulan	89,8	10,9
60 bulan	96,1	12,4	60 bulan	95,2	12,1

(Kepmenkes RI No:1995/MENKES/SK/XII/2010)

6. Komponen sikap

Allport (1954) menjelaskan bahwa sikap mempunyai tiga komponen pokok yaitu sebagai berikut.

- Kepercayaan (keyakinan), ide dan konsep terhadap suatu objek.
- Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap suatu objek
- Kecenderungan untuk bertindak (*tend to behave*).

Ketiga komponen ini secara bersama-sama membentuk sikap yang utuh (*total attitude*).

7. Pengukuran sikap

Pengukuran sikap dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang sikap mengenai materi yang akan diukur dari subjek penelitian atau responden yang diukur sesuai tingkatan-tingkatan (Notoatmodjo, 2010).

Skala tipe Likert dimulai dengan serangkaian pernyataan, yang masing-masing mengungkapkan sikap yang jelas baik atau kurang baik. Skala Likert memiliki kategori respons setiap butir pernyataan yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak tahu (TT), tidak setuju (ST). Untuk menentukan skor pilihan respon tersebut diberikan nilai 5, 4, 3, 2, atau 1. Jika butir tidak mendukung atribut yang diukur maka nilai 5 digunakan untuk respons sangat tidak setuju (STS) (Anastasi dan Urbani, 2016).

B. Edukasi Kesehatan

1. Pengertian Edukasi Kesehatan

Metode menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang diinginkani; cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan; cara kerja yang tersusun untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan.

Sedangkan edukasi kesehatan adalah upaya agar masyarakat dapat mengadopsi perilaku kesehatan dengan cara persuasi, bujukan, imbauan, ajakan, memberi informasi, memberikan kesadaran dan sebagainya, melalui kegiatan yang disebut promosi kesehatan (Notoatmodjo, 2012).

2. Tujuan Edukasi Kesehatan

Edukasi kesehatan memiliki tujuan berdasarkan 3 faktor (Notoatmodjo, 2012), yaitu :

a. Predisposisi

Faktor ini meliputi pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap kesehatan, tradisi dan kepercayaan masyarakat dalam hal yang berkaitan dengan kesehatan, masyarakat menganut sistem nilai, seperti tingkat pendidikan, tingkat sosial, ekonomi dan sebagainya.

b. Enabling

Faktor *enabling* atau faktor pemungkin ini dapat berupa ketersediaan sarana dan prasarana atau fasilitas kesehatan di masyarakat.

c. Reinforcing

Pada faktor ini meliputi sikap dan perilaku tokoh masyarakat dan tokoh agama, serta petugas kesehatan. Maka tujuan edukasi ini adalah agar sikap dan perilaku para petugas kesehatan dapat menjadi contoh bagi masyarakat mengenai perilaku hidup sehat.

3. Klasifikasi edukasi kesehatan

Notoatmodjo (2012), jenis-jenis metode edukasi kesehatan ada tiga, yakni sebagai berikut :

a. Metode individual

- 1) Bimbingan dan penyuluhan (*Guidance and Counseling*)
- 2) Wawancara (*Interview*)

b. Metode kelompok

- 1) Ceramah
- 2) Seminar
- 3) Diskusi kelompok
- 4) Curah pendapat (*Brain Storming*)
- 5) Bola salju (*Snow Balling*)
- 6) Bermain peran (*Role Play*)
- 7) Permainan simulasi (*Simulation Game*)
- 8) Demonstrasi

c. Metode massa

- 1) Ceramah umum (*Public speaking*)

- 2) Berbincang-bincang (*Talk Show*)
- 3) Simulasi
- 4) Bilbord
- 5) Artikel

C. Pengembangan Media Promosi Kesehatan

1. Media Promosi Kesehatan

Media promosi kesehatan adalah alat bantu pendidikan atau saluran dalam menyampaikan informasi kesehatan yang ingin disampaikan komunikator, baik melalui media cetak, nediamedia elektronik (berupa TV, radio dan sebagainya) dan media di luar ruangan, sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuan (Jatmika, 2019 : 1-2).

2. Jenis-Jenis Media Promosi Kesehatan

Berdasarkan fungsi sebagai penyalur pesan-pesan kesehatan, media ini dibagi menjadi tiga, yakni media cetak, elektronik dan media luar ruangan (Siregar, 2020 : 19-30).

a. Media cetak

Media yang mengutamakan pesan-pesan visual seperti :

- 1) *Booklet*, adalah media untuk mrnyampaikan pesan kesehatan dalam buku yang berupa tulisan maupun gambar.
- 2) *Leaflet*, adalah bentuk penyampaian informasi atau pesan kesehatan melalui lembar lipat.
- 3) *Poster*, ialah bentuk media cetak yang berisi pesan atau informasi kesehatan yang di tempel di tempat umum.
- 4) *Flyer* (selebaran), bentuk seperti leaflet, tetapi tidak dilipat.
- 5) *Flip chart* (lembar balik), media yang digunakan untuk menyapaian pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk lembar balik.
- 6) *Slide*

- 7) *Rubrik* atau tulisan-tulisan pada surat kabar atau majalah yang membahas tentang masalah kesehatan.
- 8) Foto yang mengungkapkan informasi kesehatan.

b. Media Elektronik

Media elektronik memiliki kelebihan antara lain mudah dipahami, lebih menarik, sudah dikenal masyarakat, bertatap muka, mengikut sertakan seluruh, penyajiannya dapat diulang-ulang. Media elektronik sebagai sasaran untuk menyampaikan pesan-pesan ataupun informasi berbeda-beda jenisnya, antara lain :

- 1) Televisi, dalam penyampaian pesan atau informasi kesehatan melalui media televisi terdapat dalam bentuk sandiwara, sinetron, forum diskusi, pidato/ceramah, TV Spot dan sebagainya.
- 2) Radio, merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk audio.
- 3) Video, merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk video
- 4) Slide, merupakan media visual yang diproyeksikan menggunakan alat yang disebut proyektor, yang digunakan untuk penyampaian pesan atau seputar informasi kesehatan

c. Media Luar Ruangan

Media luar ruangan adalah media untuk penyampaian pesan atau informasi yang berada di luar ruangan. Media luar ruangan terdiri dari media cetak dan media elektronik. Contohnya : spanduk, papan reklame, pameran, benner dan televisi layar lebar, yang berisi pesan, slogan ataupun logo. kelebihan yang dimiliki media ini adalah lebih mudah dipahami dan lebih menarik sebagai media penyampaian pesan atau informasi-informasi.

3. Pengembangan Media Promosi Kesehatan.

Pada pengembangan media promosi kesehatan telah banyak mengalami inovasi, inovasi tersebut antara lain (Jatmika, 2019 : 5) :

- a. *Leaflet, poster, audio visual, buku saku*
- b. *SMS broadcast*
- c. *Media sosial, seperti Youtube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Line dan lain-lain*
- d. *Permainan, seperti permainan engklek, ular tangga, puzzle, kartu bergambar*
- e. *Seni, contohnya lagu, wayang gantung*
- f. *Khotbah*

Dalam penelitian ini media whatsapp menjadi wadah atau tempat dalam menyampaikan informasi kesehatan atau pesan kesehatan tentang stunting.

D. Poster

1. Pengertian Poster

Menurut Sanjaya (2012) poster adalah media yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, saran, atau ide-ide tertentu, sehingga dapat merangsang keinginan yang melihatnya untuk melaksanakan isi tersebut. Poster merupakan penggambaran yang ditunjuk sebagai pemberitahuan, peringatan, maupun penggugah selera yang biasanya berisi gambar-gambar (Musfiquon, 2012).

Poster merupakan media promosi atau iklan dan bagian seni grafis yang efektif serta memiliki gaya, aliran bahkan trend tersendiri dan tidak terlepas pada suatu zaman (Rukiah, 2016). Adapun poster berbentuk digital merupakan karya poster digital yang dibuat dengan menggunakan program grafis di komputer atau dibuat dengan cara digambar manual kemudian kemudian dipindahi (scanned) atau difotokan agar berwujud digital. Tujuannya adalah agar mempercepat, mempermudah dan mengurangi pengeluaran biaya

(Pitarto Estu, 2017).

2. Jenis Poster

Jenis-jenis poster menjadi (Rukiah, 2016) :

- a. Poster Propoganda
- b. Poster Kompanye, dimana poster ini dipergunakan untuk menarik simpati dari calon pemimpin pada saat masa pemilu.
- c. Poster *Wanted*, dimana poster jenis ini digunakan untuk memuat sayembara yang sedang di cari.
- d. Poster Cheesecake, merupakan jenis poster anak-anak muda. Seperti poster bintang-bintang rock, pop, dan artis musik lainnya.
- e. Poster Film industri, dimana poster berguna untuk mempopulerkan film- filmnya.
- f. Poster komik buku. Komik dunia mencapai puncak pada tahun 60an sehingga hal ini memacu produksi masal poster-poster pada tahun 70an ke atas.
- g. Poster *Affirmation*, yang memiliki tujuan untuk memotivasi dengan kata-kata yang tertulis biasanya tentang *leadership*.
- h. Poster Riset dan Kegiatan Ilmiah. Poster ini adalah jenis poster yang sering dipakai di kalangan akademis dalam mempromosikan sesuatu yang hendak dilakukan.
- i. Poster didalam kelas, dimana poster ini bertujuan memotivasi anak murid agar bersikap baik, disiplin, poster ini juga berisikan bahan pelajaran yang disusun dengan singkat dan lainnya.
- j. Poster Karya Seni, merupakan ekspresi dari desain grafis yang dibuat dengan tujuan seni. Hal ini biasanya berisi ajang berkreasi bagi mahasiswa yang mempelajari bidang seni grafis.
- k. Poster Karya Seni, merupakan ekspresi dari desain grafis yang dibuat dengan tujuan seni. Hal ini biasanya berisi ajang berkreasi bagi mahasiswa yang mempelajari bidang seni grafis.
- l. Poster pelayanan masyarakat. Pelayanan masyarakat atau social

campaign merupakan jenis poster yang tidak komersial atau tidak di perdagangkan (contoh poster cheesecake, poster film dan poster karya seni).

- m. Poster komersial, adalah jenis poster yang paling banyak dijumpai dimana saja. Poster ini sebagai sarana mempromosikan suatu produk dan diproduksi dengan *budget* tertentu.

3. Syarat-syarat poster

Poster memiliki syarat-syarat yaitu (tim sigma, 2016 : 62)

- a. Isinya harus menarik, singkat dan jelas, serta tidak menyinggung perasaan.
- b. Kalimat mudah dipahami dan langsung ke sasaran.
- c. Berisi gambar dan tulisan

4. Kegunaan poster

Poster harus memiliki kegunaan yaitu (riyana, 2012 : 118) :

- a. Memotivasi.
- b. Peringatan.
- c. Pengalaman kreatif

E. Media Sosial

1. Pengertian media sosial

Media sosial merupakan salah satu media edukasi yg berupa situs & pelaksanaan yg melibatkan teknologi berbasis internet. Media berbasis teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan penggunaannya saling terhubung menggunakan siapa saja, baik orang-orang terdekat sampai orang asing yang belum pernah dikenal sebelumnya. Para peserta FGD mengartikan media umum menjadi media yg menaruh fasilitas layanan jaringan online yg bisa menghubungkan orang-orang secara individu atau kelompok (Obar, J.A and Wildman, S., 2015).

Aplikasi paling banyak digunakan secara global pada tahun 2019 (Kemp,

2020) yaitu :

1. *Whatsapp Messenger*
2. *Facebook*
3. *Facebook Messenger*
4. *Wechat*
5. *Instagram*
6. *Tiktok*

F. Konsep WhatsApp

1. Pengertian Whatsapp

Media bisa diartikan sebagai sarana penyampaian pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dapat diartikan media sosial dapat menghubungkan seseorang dengan orang lain yang terhubung dalam media sosial yang sama (Nasrullah, 2016). Menurut situs resmi whatsapp (Whatsapp, 2019), whatsapp merupakan pelesetan dari kata “What’s Up” yang artinya “apa kabar”.

Whatsapp merupakan salah satu media sosial yang termasuk kedalam kategori chatting/messenger yang mempermudah penggunaanya untuk mengirim pesan atau informasi secara pribadi maupun dalam suatu group dengan berbagai fitur lainnyayang lebih mudah digunakan oleh berbagai kalangan baik dari segi umur seperti dari muda hingga yang tua. Fitur *whatsapp* sendiri meliputi chatting (teks,foto, audio), voice call, video call, status/story whatsapp. Whatsapp juga lebih ringan dalam segi penggunaan koata dibandingkan media sosial lainnya (Afifah et al., 2019).

Pemanfaatan media sosial *whatsapp group* dapat mempermudah membagikan informasi melalui group whatsapp kepada orang lain baik dalam bentuk teks pesan, pesan audio, foto dan dalam bentuk file (Sukrilla, 2017).

2. **Fitur-Fitur *Whatsapp***

Whatsapp memiliki beberapa fitur (Whatsapp, 2019), antara sebagai berikut:

- a. **Pesan**
Pengguna *whatsapp* dapat mengirim pesan pada teman, pasangan, rekan kerja dan keluarga. *Whatsapp* menggunakan koneksi internet dalam pesan sehingga bebas tanpa biaya SMS.
- b. **Group chat**
Group chat dapat membagikan pesan atau foto dan video hingga 256 orang sekaligus.
- c. **Panggilan suara dan video whatsapp**
Dengan panggilan suara pengguna dapat berbicara dengan bebas kepada teman, pasangan dan keluarga baik dalam satu negara atau negara lain. Panggilan video pengguna dapat berkomunikasi dengan cara tatap muka.
- d. ***Whatsapp* di web dan desktop**
Dengan *whatsapp* di web dan desktop pengguna dengan mudah untuk melakukan chat ke computer agar pengguna dapat melanjutkan chat dengan menggunakan perangkat apapun.
- e. **Membagikan momen dengan foto dan video**
Pengguna dapat mengirim foto dan video secara instan.
- f. ***Enkripsi End-To-End***
Terenkripsi End-To-end, pesan dan panggilan akan diamankan, jadi hanya pengguna *whatsapp* dan pihak yang terkait yang dapat membaca pesan atau mendengarkan panggilan.
- g. **Mebagikan dokumen dengan mudah**
Pengguna dapat mengirim dokumen, PDF dan masih banyak lagi tanpa sulit menggunakan email ataupun aplikasi pembagi file. Dokumen yang dapat dikirimkan maksimal dengan ukuran 100 MB
- h. **Pesan suara**
Pengguna dapat merekam pesan suara untuk sekedar menyapa atau bercerita dengan satu ketukan.

3. Kelebihan dan Kekurangan *Whatsapp*

Beberapa kelebihan yang di miliki media whatsapp (Lubis,2017) antara lain:

- a. Tidak memerlukan uang untuk memasang aplikasi
- b. Boleh menghantar message, gambar, video, audio dan pesan suara yang mudah.
- c. Dapat melakukan obrolan dengan orang lain
- d. Menggunakan data (koata) yang kecil dibandingkan aplikasi-aplikasi lain.

Beberapa kekurangan yang di miliki media whatsapp (Lubis,2017) antara lain :

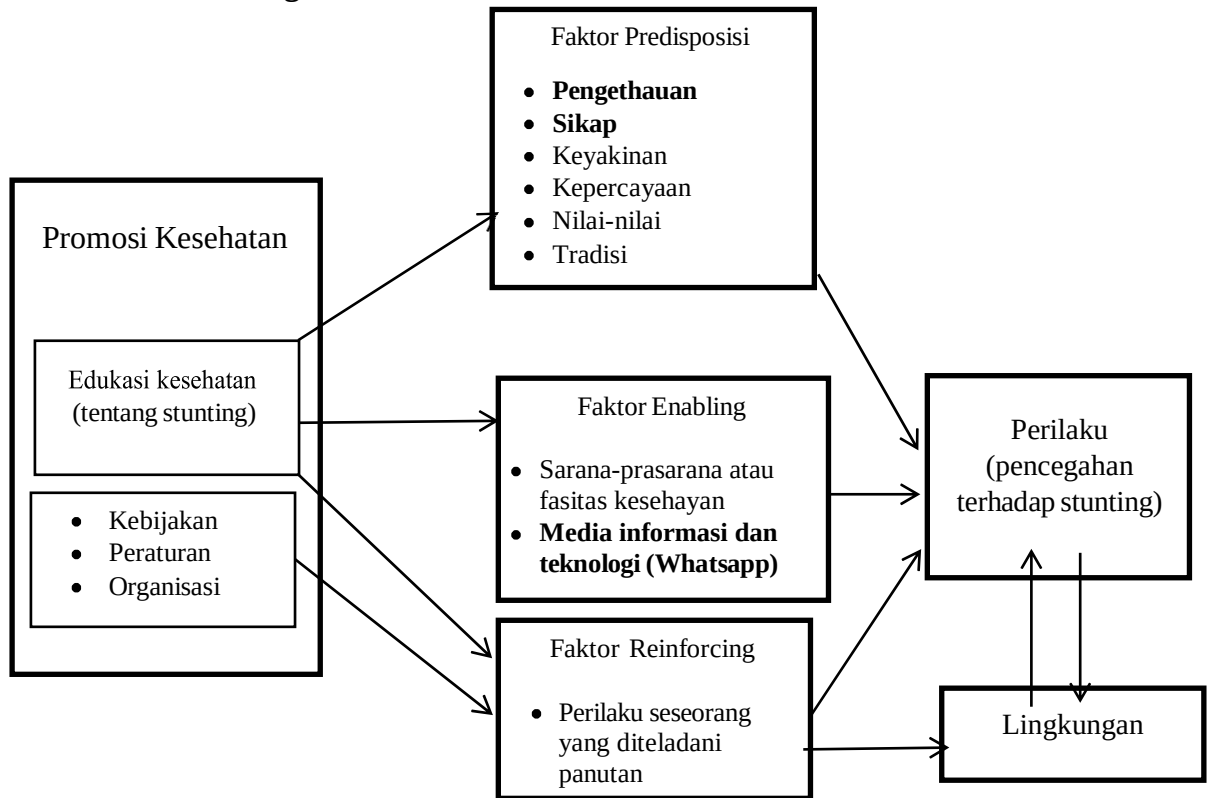
- a. Resiko peretasan akun
- b. Penggunaan data yang besar
- c. Whatsapp Web yang merepotkan
- d. Data tidak tersimpan dengan aman

4. Penggunaan *Whatsapp*

Faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kita dalam menggunakan suatu produk (Nitisusanto, 2019) yaitu sebagai berikut:

- a. Pengetahuan tentang karakteristik
- b. Menfaatkan, kita harus mengetahui serta
- c. Penggunaan-penggunaan disini mengarah pada segi waktu, yaitu berapa lama *whatsapp* bisa digunakan tersambung dengan koneksi

G. Kerangka Teori



Bagan 2.2 Kerangka Teori

Keterangan : variabel yang akan diteliti dicetak tebal.

Sumber : Modifikasi Teori Lawreen Green dalam N Teori Lawreen Green dalam Notoatmodjo (2012)