

# Video Blog Sebagai Media Kampanye Program Generasi Berencana dalam Pencegahan Stunting

Prita Suci Nurcandrani<sup>1)</sup>, Wiwi Susanti<sup>2)</sup>, Hanugrah Banyu Narmada<sup>3)</sup>

Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom  
Jalan Letjen. Pol. Soemarto, Purwokerto Utara 53123

<sup>1)</sup>Email: prita.suci@amikompurwokerto.ac.id

<sup>2)</sup>Email: wiwisusanti952@gmail.com

<sup>3)</sup>Email: hanugrahbanyu10@gmail.com

**Abstract:** *The total number of Baduta 0-23 months of age in the working area of the Puskesmas Purwokerto Utara II was 593 children, and as many as 58 or 9.78 percent of them experienced stunting. The Puskesmas tries to implement health promotion that focuses on the GenRe program which primarily targets youth. The Service Team succeeded in creating a video blog campaign media to help intervene in the needs of the Puskesmas socialized to adolescents with the aim of being able to disseminate information and education about the dangers of stunting and its prevention. The vlog with a duration of 04.50 minutes is entitled "The Role of Quality Youth: Realizing a Stunting-Free Healthy Indonesia" and adapted to the "GenRe; The Young Who Plans". This video has been disseminating to adolescents in the working area of the Puskesmas and will continue to evaluate its effectiveness.*

**Keywords:** *campaign media, stunting, video blog, youth*

**Abstrak:** *Jumlah total Baduta 0-23 bulan di wilayah kerja Puskesmas Purwokerto Utara II sebanyak 593 anak, dan sebanyak 58 anak atau 9,78 persen diantaranya mengalami stunting. Puskesmas mencoba menerapkan promosi kesehatan yang berfokus pada program GenRe yang utamanya menysasar kepada remaja. Tim pengabdian berhasil membuat sebuah media kampanye video blog untuk membantu mengintervensi kebutuhan puskesmas yang disosialisasikan kepada remaja dengan tujuan mampu menyebarkan informasi dan pendidikan mengenai bahaya stunting serta pencegahannya. Vlog yang berdurasi 04.50 menit ini diberi judul "Peran Pemuda Berkualitas: Mewujudkan Indonesia Sehat Bebas Stunting" dan disesuaikan dengan program "GenRe; Yang Muda Yang Berencana". Video ini telah disosialisasikan kepada siswa-siswa dalam wilayah kerja puskesmas dan akan terus dilakukan evaluasi keefektifitasannya.*

**Kata kunci:** *kampanye, media, stunting, video blog*

## I. PENDAHULUAN

Dewasa ini Indonesia harus segera mengoptimalkan investasi dengan lebih signifikan pada pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Hal tersebut disebabkan oleh membludaknya jumlah penduduk usia muda dan produktif, yang disebut bonus demografi. Puncak bonus demografi akan terjadi pada kurun waktu 2028 hingga 2031. Pada saat itu penduduk usia muda akan mencapai 46,7 persen, dan Indonesia mempunyai kesempatan investasi SDM selama 16 tahun ke depan hingga 2030. Dengan skenario MP31 pada tahun 2035 potensi pertumbuhan ekonomi tanah air mencapai 7 persen dengan GDP 1 persen. Sangatlah mungkin pertumbuhan dapat mencapai 10 persen bila investasi besar-besaran dilakukan pada saat ini. Untuk mencapainya, maka anak-anak harus dibentuk kualitasnya sejak sekarang agar mampu bersaing meraih kesempatan kerja, dan bersaing dengan negara-negara lain di seluruh

dunia. Pada tahun 2045 anak-anak sudah dewasa dan termasuk dalam usia produktif. Implikasinya, mulai sekarang kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, dan kecerdasan spiritual anak-anak harus diusahakan dengan berbagai cara untuk ditingkatkan secara optimal (<http://news.unair.ac.id/2021/01/14/status-gizi-balita-dan-bonus-demografi/>)

Program Generasi Berencana (GenRe) BKKBN berpartisipasi menyiapkan generasi muda agar mampu mengisi Bonus Demografi, menyiapkan Generasi Emas Indonesia pada tahun 2045 mendatang. GenRe mengembangkan penyiapan kehidupan rumah tangga bagi remaja sehingga kelak mereka mampu menempuh jenjang pendidikan optimal, sukses dalam berkarir, serta menikah dengan perencanaan matang sesuai siklus kesehatan reproduksi. Program GenRE ditujukan demi peningkatan pemahaman, pengetahuan, dan sikap serta perilaku positif remaja terhadap kesehatan dan hak-hak reproduksi. Semua hal tersebut guna meningkatkan derajat kesehatan

reproduksi remaja dan menyiapkan kehidupan berkeluarga dalam upaya peningkatan kualitas generasi mendatang. Dengan bekal yang memadai dari GenRE, diharapkan remaja dapat membentuk keluarga yang sejahtera, damai, dan tenteram. Dalam keluarga yang tidak tenteram, hampir tak mungkin bisa melahirkan anak-anak yang sangat unggul dan sangat berkualitas.

Stunting menjadi perhatian serius pemerintah dan percepatan program GenRe dimulai dari penekanan pada kejadian tersebut. Bank Dunia atau World Bank melaporkan bahwa 54 persen angkatan kerja adalah penyintas *stunting*. BKKBN menyatakan bahwa para calon ibu hamil seharusnya tidak melakukan diet ketat karena wanita mengalami menstruasi, yang berarti *bleeding* (kehilangan darah) sebanyak 100-200 cc setiap bulan. Melakukan diet ketat dapat mengakibatkan kekurangan nutrisi, sehingga bayinya berpotensi *stunting*. BKKBN juga menyatakan siap berkoordinasi dengan sejumlah Kementerian atau Lembaga dalam usaha percepatan penurunan *stunting*, dan beberapa Kementerian dan Lembaga sudah menyatakan kesanggupannya untuk berpartisipasi ([https://kominfo.go.id/content/detail/32898/indonesia-cegah-stunting-antisipasi-generasi-stunting-guna-mencapai-indonesia-emas-2045/0/artikel\\_gpr](https://kominfo.go.id/content/detail/32898/indonesia-cegah-stunting-antisipasi-generasi-stunting-guna-mencapai-indonesia-emas-2045/0/artikel_gpr)).

Puskesmas Purwokerto Utara II, sebagai bagian dari usaha fasilitas kesehatan masyarakat terdepan, menindaklanjuti upaya mempercepat penurunan angka stunting. Melaksanakan operasi timbang yang dilaksanakan sekali dalam satu semester merupakan salah satu kegiatan untuk mendeteksi sejak dini kejadian stunting.

Tabel 1. Hasil Operasi Timbang Bulan Agustus 2020 dan

Wilayah	Jumlah Stunting	Jumlah Baduta	Prosentase (%)
Sumampir	25	252	9,9
Grendeng	12	81	14,8
Karang Wangkal	3	67	4,4
Pabuwaran	2	123	1,6
Total	42	523	8,03

(Sumber: Data Gizi Masyarakat Puskesmas Purwokerto Utara II, 2020)

Berdasarkan data Tabel dapat dilihat bahwa jumlah total Baduta 0-23 bulan di wilayah kerja Puskesmas Purwokerto Utara II sebanyak 523 anak, dan sebanyak 42 anak atau 8,03 persen diantaranya mengalami stunting.

Berdasarkan data Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah total Baduta 0-23 bulan di wilayah kerja Puskesmas Purwokerto Utara II sebanyak 593 anak,

Tabel 2. Hasil Operasi Timbang Bulan Februari 2021 dan Prosentase Stunting Baduta 0-23 Bulan

Wilayah	Jumlah Stunting	Jumlah Baduta	Prosentase (%)
Sumampir	30	236	12,71
Grendeng	10	162	6,17
Karang Wangkal	6	69	8,69
Pabuwaran	12	126	9,52
Total	58	593	9,78

(Sumber: Data Gizi Masyarakat Puskesmas Purwokerto Utara II, 2021)

dan sebanyak 58 anak atau 9,78 persen diantaranya mengalami stunting.

Menilik hasil Operasi Timbang Badan tersebut, Puskesmas mencoba menerapkan promosi kesehatan yang berfokus pada program GenRe yang utamanya menasar kepada remaja dalam wilayah kerjanya. Puskesmas menghendaki sebuah media beserta konten yang sesuai dengan karakter remaja sehingga secara efektif mampu menyebarkan informasi dan pendidikan mengenai bahaya stunting dan pencegahannya.

Sebuah kajian mengidentifikasi bahwa serangkaian usaha informatif dan persuasif dengan pendekatan komunikasi telah dilaksanakan Kementerian Kesehatan untuk mereduksi angka kejadian stunting. Sejumlah media komunikasi dan informasi dimanfaatkan guna menyebarkan informasi atau pesan persuasif mengenai stunting. Media tersebut ternyata cukup mampu membantu masyarakat dalam memahami, cara mencegah, serta mengatasi stunting (Turnip, 2018). Akan tetapi, melihat bahwa angka stunting masih tinggi di wilayah kerja Puskesmas Purwokerto Utara II tersebut, maka diperlukan upaya yang lebih komprehensif yang dimulai dengan sebuah riset awal mengenai karakteristik serta konsumsi media yang biasa digunakan oleh remaja setempat. Rupanya, penelitian formatif guna memahami faktor-faktor sosial budaya sangat diperlukan bagi intervensi strategi komunikasi kesehatan mengenai stunting. Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa setiap pendekatan komunikasi adalah bersifat eksklusif sehingga karakter sebuah lingkungan akan berbeda dari lingkungan lainnya (Kodish, 2015).

Sebuah studi lainnya menemukan bahwa akses ke perangkat yang dapat diakses internet diduga berpengaruh positif terhadap media massa dan berpengaruh negatif terhadap komunikasi interpersonal. Temuan ini menyarankan orang yang aktif menggunakan internet untuk mengkonsumsi informasi kesehatan secara online dan mereka yang kurang akses ke internet dan sangat lebih baik

berpartisipasi aktif dalam kegiatan komunikasi interpersonal (Daines, 2020).

## II. METODE PELAKSANAAN

Serangkaian langkah diperlukan sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian agar tepat guna serta tepat sasaran. Langkah awalnya adalah mengidentifikasi masalah yang timbul berdasarkan data primer dan sekunder yang tersedia di Puskesmas. Kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi kebutuhan media komunikasi yang tepat untuk sosialisasi kepada remaja mengenai bahaya stunting. Metode yang dipilih adalah sosialisasi menggunakan video blog yang dirancang oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat.

Video blog atau vlog adalah kombinasi antara konsep video dan blog. Vlog dahulunya adalah blog, media berbasis teks, yang kemudian berevolusi menjadi media yang berbasis audiovisual. Konsep blog adalah sebuah situs web yang dipakai secara terus menerus oleh penggunaannya untuk mengunggah konten berbentuk komentar atau ide yang berisi foto, grafik, suara, atau video (Kim, 2017). Pesan utama yang dibagikan pada vlog adalah konten video, sedangkan konten blog sebagian besar berisi konten teks dan gambar statis. Kebanyakan blog didukung oleh situs web Tumblr, Blogger, dan Wordpress; sementara itu vlog lebih didukung oleh Youtube (Kim, 2017).

Konten vlog lebih bervariasi daripada blog karena dalam satu video mampu memaparkan beragam bentuk teks, gambar, dan suara dalam satu waktu. Vlog menawarkan banyak manfaat positif dalam perspektif komunikasi. Melalui konten vlog, seseorang mampu membangun citra dan identitas di hadapan khalayak luas (Besman et al., 2018). Lain daripada itu, vlog adalah suatu peranti yang efektif untuk melakukan persuasi atau mempromosikan suatu produk (Skipwith & Carolina, 2016). Vlogger dapat membangun suatu komunitas yang saling berkolaborasi dalam menciptakan konten vlog (Gannon & Prothero, 2018). Melalui konten vlog pula vlogger dapat menanggung dukungan sosial dan moral dari khalayak yang mungkin tidak dikenal khalayak. (Gibson, 2016).

Tahap pra produksi video diawali dengan perencanaan gagasan yang sesuai dengan kebutuhan Puskesmas. Ide atau gagasan dapat dibagi menjadi dua. Yang pertama, gagasan mengenai konsep yang akan dituangkan, dan yang kedua adalah menentukan nama *channel Youtube* atau kanal lainnya yang biasa

digunakan oleh Puskesmas. Setelah menetapkan ide, disusul kemudian dengan menyiapkan peralatan, dan bahan berupa skrip. Kamera yang berkualitas bagus dimanfaatkan untuk menghasilkan video yang bermutu baik, ditambah dengan peralatan lain seperti *tripod*, *stabilizer* serta satu buah ponsel yang berfungsi sebagai perekam suara atau *mic*.

Tahap produksi ditengarai melalui proses pengambilan gambar dan editing. Saat pengambilan gambar, beberapa hal sangat diperhatikan, seperti pencahayaan yang baik, sudut pengambilan gambar, dan *cinematografi* dasar lainnya. Pada tahap *editing* digunakan berbagai *software* Camtasia untuk sistem operasi *Windows* dan *Screenflow* digunakan untuk sistem operasi *Mac* ketika merekam. Ketika proses *editing* berlangsung, aplikasi yang digunakan adalah *moviemaker* untuk *Windows*. Sementara itu, *Adobe After Effect* digunakan untuk editing *greenscreen* dan sebagainya.

Pasca produksi ditandai dengan memposting vlog yang sudah siap tersebut pada kanal *Youtube*, *Instagram*, *Whatsap* milik Puskesmas sebagai media promosi. Dengan demikian, video akan tersebar luas untuk awal sebelum akhirnya muncul di berbagai *suggestion* video lain. Proses dilanjutkan dengan sosialisasi kepada target program Generasi Berencana (GenRe) untuk dapat mengakses link vlog tersebut, serta publikasi ilmiah dalam jurnal Pengabdian pada Masyarakat. Tahap yang terakhir adalah evaluasi dan pengembangan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pembuatan video blog dilaksanakan, baik indoor maupun outdoor, bertempat di Puskesmas Purwokerto Utara II dan Rumah Kreatif Wadas Kelir. Talent yang dipilih sebagai representasi remaja sasaran program GenRe adalah mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Purwokerto angkatan 2020. Alasan lain pemilihan talent berjenis kelamin perempuan adalah karena target GenRe cenderung berfokus pada kesehatan reproduksi perempuan. Talent juga diketahui melek teknologi dan sangat aktif dalam berbagai kegiatan di dalam maupun di luar kampus. Dengan demikian yang bersangkutan diharapkan mampu memahami bagaimana cara membuat konten yang menarik, sekaligus menjadi *influencer* yang tepat bagi remaja seusianya.

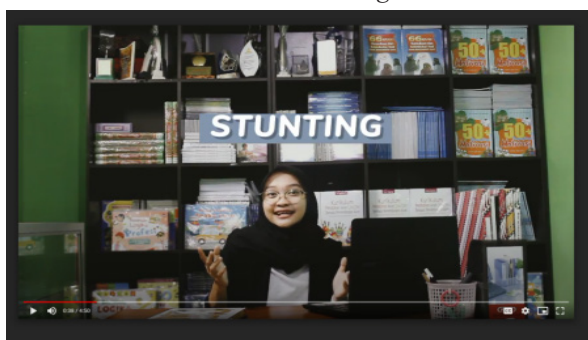
Perancangan konten vlog ini dimulai dengan riset kecil yang dilakukan oleh Tim Pengabdian bersama dengan pihak promosi kesehatan serta *nutrisionis* Puskesmas. Data awal ditarik dari hasil

interview serta dokumen yang tersedia di Puskesmas. Informasi disusun dalam rangkaian kalimat yang disederhanakan agar pesan mampu diterima dengan baik oleh sasaran program. Tahapan selanjutnya adalah kegiatan pembuatan vlog oleh Tim Pengabdian yang terdiri atas satu orang talent dan dua orang pengambil gambar serta editor. Talent didukung oleh sejumlah anak kecil sebagai representasi Bonus Demografi di tahun 2028-2031 yang tangguh dan sehat.

Total jangka waktu pembuatan video blog mulai dari identifikasi masalah hingga sosialisasi adalah dua bulan, setelah mengalami beberapa kali evaluasi oleh pihak Puskesmas. Ujicoba dari sisi konten, informasi, sifat komunikatif dan atraktif vlog diserahkan kepada lima orang remaja untuk dievaluasi. Vlog yang berdurasi 04.50 menit ini diberi judul “Peran Pemuda Berkualitas: Mewujudkan Indonesia Sehat Bebas Stunting” dan disesuaikan dengan program “GenRe; Yang Muda Yang Berencana”, bisa dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



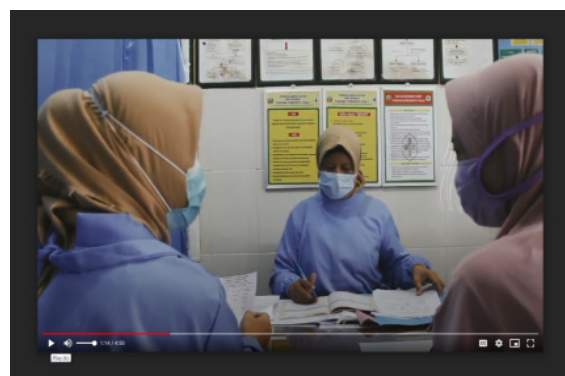
Gambar 1. Lokasi kegiatan



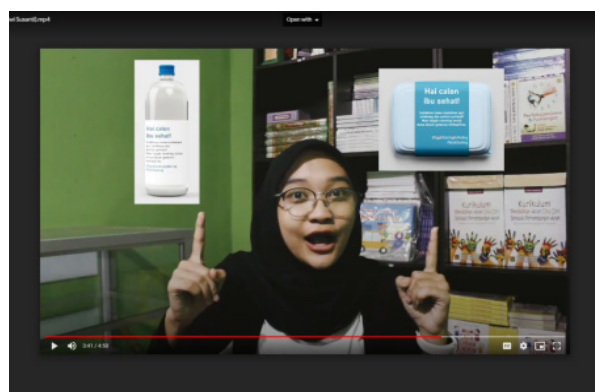
Gambar 2 Pelaksanaan

Rangkaian kegiatan pembuatan vlog diakhiri dengan serah terima hasil karya yang dikemas dalam flash disk dari Tim Pengabdian kepada Masyarakat kepada nutrisionis Puskesmas Purwokerto Utara II. Diharapkan informasi digital tersebut dapat segera disebarluaskan secara serentak dan dimanfaatkan secara optimal. Dukungan penuh dari Universitas Amikom Purwokerto dan Puskesmas Purwokerto Utara II menjadikan kegiatan pembuatan vlog berjalan dengan baik tanpa kendala yang signifikan.

Setelah serah terima dan sosialisasi, kemudian kegiatan dilanjutkan dengan evaluasi. Pembuatan media komunikasi vlog ini tentu saja tidak serta merta selesai, akan tetapi akan terus dievaluasi secara berkala untuk melihat tingkat efektifitasnya. Fihak SMPN 9 Purwokerto dan SMK Bintra Purwokerto, yang berlokasi di wilayah kerja Puskesmas, bersedia membantu menyebarkan dan memantainya secara berkala. dapat dilihat pada gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 3 Rangkaian pelaksanaan



Gambar 4 presentasi

#### IV. SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bermula dari kebutuhan mitra (Puskesmas Purwokerto Utara II) akan sebuah alat bantu komunikasi yang memuat pentingnya informasi mengenai Generasi Berencana. Sejauh ini belum pernah dilakukan intervensi khusus yang menggarap permasalahan GenRe. Hal tersebut disebabkan Puskesmas seolah-olah “terjebak” oleh rangkaian kegiatan rutin sangat padat. Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Purwokerto menangkap fenomena tersebut, dan kemudian menawarkan bantuan dengan membuat video blog. Kegiatan pembuatan vlog berjalan lancar dengan sedikit revisi teknis. Vlog tersebut cukup membantu Promosi Kesehatan Puskesmas Purwokerto Utara II dalam menjangkau sasaran program GenRe.

Hasil evaluasi tingkat keberhasilan vlog tersebut diharapkan dapat menjadi bahan kajian studi selanjutnya. Terima kasih disampaikan kepada semua partisipan yang telah membantu, terlibat, dan berperan demi terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, yaitu Puskesmas Purwokerto Utara II dan Universitas Amikom Purwokerto serta segenap anggota masyarakat .

## V. DAFTAR RUJUKAN

- Besman, A., Adiputra, A. V., & Saputra, S. J. (2018). President Joko Widodo Communication in the #Baliaman Vlog. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(1), 43–56. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i1.518>
- Daines, C., Norton, A., Hunt, L., Friedbaum, E., Topham, D., West, J., & Torres, S. (2020). Exposure to a National Communication Campaign to Prevent Stunting in Indonesia. *European Journal of Public Health*, 30(Supplement\_5), ckaa166-042.
- Gannon, V., & Prothero, A. (2018). Beauty bloggers and YouTubers as a community of practice. *Journal of Marketing Management*, 34(7–8), 592–619. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1482941>
- Gibson, M. (2016). YouTube and bereavement vlogging: Emotional exchange between strangers. *Journal of Sociology*, 52(4), 631–645. <https://doi.org/10.1177/1440783315573613>
- Kim, D. (2017). Vlog as a Branding Tool How to Build a Brand with a Video Blog in Social Media (Helsinki Metropolia University of Applied Sciences). Retrieved from [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/135609/Kim\\_Daeun.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/135609/Kim_Daeun.pdf?sequence=1)
- Kodish, S., Aburto, N., Hambayi, M. N., Kennedy, C., & Gittelsohn, J. (2015). Identifying the sociocultural barriers and facilitating factors to nutrition-related behavior change: formative research for a stunting prevention program in Ntchisi, Malawi. *Food and nutrition bulletin*, 36(2), 138-153.
- Skipwith, K., & Carolina, N. (2016). *Vlogging: The Future of Brand and Consumer Relationships*.
- Turnip, S. (2018). Narration in Health Communication for Stunting. *Journal of Health Promotion and Behavior*, 3 (4), 248-256.
- [https://kominfo.go.id/content/detail/32898/indonesia-cegah-stunting-antisipasi-generasi-stunting-guna-mencapai-indonesia-emas-2045/0/artikel\\_gpr](https://kominfo.go.id/content/detail/32898/indonesia-cegah-stunting-antisipasi-generasi-stunting-guna-mencapai-indonesia-emas-2045/0/artikel_gpr)
- <http://news.unair.ac.id/2021/01/14/status-gizi-balita-dan-bonus-demografi/>