

# Hubungan Antara Informasi Stunting Pada Akun Instagram @1000\_Hari Dengan Sikap Followers Terhadap Pencegahan Stunting

Widiawati Sri Astuti<sup>1</sup>, Hadi Suprpto Arifin<sup>2</sup>, Ikhsan Fuady<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, UNPAD, Jatiangor, 45360, Indonesia  
\*email: ikhsan.fuady@unpad.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari dengan sikap *followers* terhadap pencegahan stunting. Teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini adalah Teori Integrasi Informasi (*Integration Information Theory*). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran angket atau kuisisioner. Penarikan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 97 responden yang merupakan *followers* akun instagram @1000\_hari. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan inferensial. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari dengan sikap *followers* terhadap pencegahan stunting.

**Kata Kunci:** Informasi, stunting, teori integrasi informasi, instagram, sikap

## Abstract

*This study aims to determine the relationship between stunting information on the @ 1000\_hari Instagram account and followers' attitudes towards stunting prevention. The theory used as the basis for this research is Integration Information Theory. The research method used in this study is a correlational method with data collection techniques through distributing questionnaires or questionnaires. Sampling using random sampling technique. The number of samples in this study were 97 respondents who were followers of the Instagram account @ 1000\_hari. The data analysis technique used in this research is descriptive and inferential analysis techniques. Hypothesis testing is done using Pearson Product Moment correlation. The results showed that there was a significant relationship between stunting information on the @ 1000\_hari Instagram account and followers' attitudes towards preventing stunting.*

**Keywords:** Information, stunting, information integration theory, instagram, attitude

## Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 pasal 1 tentang kesehatan tahun 2009, kesehatan merupakan keadaan sehat, baik secara fisik, mental,

spiritual, maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomi (Kemenkes RI, 2019). Oleh sebab itu kesehatan merupakan hal yang sangat penting untuk diprioritaskan karena akan berpengaruh terhadap produktifitas serta kualitas hidup Sumber Daya Manusia (SDM). Saat ini salah satu permasalahan kesehatan yang menjadi sorotan pemerintah dalam upaya meningkatkan kualitas SDM adalah masalah gizi. Selain obesitas, stunting pada anak menjadi masalah gizi utama di Indonesia.

Stunting merupakan masalah gizi kronis yang ditandai dengan kegagalan seorang anak untuk tumbuh dan berkembang secara optimal sehingga anak terlalu pendek untuk seusianya. Stunting disebabkan oleh kekurangan gizi secara kumulatif dan terus menerus selama 1000 hari pertama kehidupan, yakni sejak terbentuknya janin dalam kandungan hingga anak berusia 2 tahun (Kemenkes RI, 2019).

Berdasarkan data hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013 prevalansi balita stunting mencapai 37,2% dan mengalami penurunan pada tahun 2018 dengan presentase 30,8%. Namun prevalensi stunting yang telah mengalami penurunan tersebut masih dinilai cukup tinggi karena melebihi batas toleransi stunting menurut Badan Kesehatan Dunia (WHO), yakni 20% atau seperlima dari jumlah keseluruhan balita. Saat ini dengan angka tersebut terdapat hampir 8 juta anak yang mengalami stunting di Indonesia (Kemenkes RI, 2019).

Direktur Jenderal Kesehatan Masyarakat Kementerian Kesehatan dr. Anung Sugihantono memaparkan bahwa masalah gizi anak yang berdampak pada stunting dan masalah gizi ibu seringkali tidak disadari, baik itu oleh keluarga maupun masyarakat sebagai sebuah masalah yang harus dicegah dan diselesaikan (Manafe, 2018). Hal ini mengindikasikan bahwa kebanyakan keluarga kurang memiliki pengetahuan tentang gizi dan perilaku kesehatan yang tepat. Oleh karena itu, informasi mengenai stunting dan pencegahannya menjadi hal yang penting untuk diketahui masyarakat.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan stunting, terdapat kontribusi baik dari pemerintah maupun organisasi non pemerintah dengan mensosialisasikan pentingnya masalah gizi dan perilaku kesehatan yang tepat untuk pencegahan stunting pada masyarakat. Sosialisasi akan pentingnya pencegahan stunting, dilakukan baik secara langsung pada masyarakat maupun melalui media. Adapun media yang digunakan untuk menyebarkan informasi seputar pencegahan stunting mulai dari media mainstream seperti televisi, hingga media sosial seperti instagram, facebook, twitter.

Di era digital saat ini seiring dengan pertumbuhan pengguna internet, berbagai informasi kesehatan telah banyak dipromosikan baik melalui website suatu organisasi dan lembaga resmi ataupun secara sukarela oleh orang-orang yang tertarik untuk meningkatkan kesehatan masyarakat melalui penggunaan media sosial.

Rosdini & Siti (2018) melakukan sebuah penelitian mengenai pemanfaatan media sosial untuk pencarian dan komunikasi informasi kesehatan. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa media sosial dapat mendukung keperluan pencarian dan komunikasi informasi kesehatan, adapun instgram menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan untuk pencarian dan komunikasi informasi kesehatan.

Dalam upaya untuk mensosialisasikan pentingnya pencegahan stunting, terdapat Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang ikut berkontribusi. Salah satunya adalah LSM Sari Yayasan 1000 hari dengan memberikan edukasi berupa informasi mengenai stunting dan pencegahannya melalui media sosial instagram. Nama akun Instagram yang digunakan oleh LSM Sari Yayasan 1000 hari adalah @1000\_hari. Akun instagram

@1000\_hari telah aktif sejak Mei 2017 dan memiliki jumlah followers sebanyak 3.402 yang dihitung per tanggal 24 Juli 2019.

Informasi yang disajikan akun instagram @1000\_hari merupakan informasi seputar stunting dan pencegahannya seperti pola gizi seimbang, pola asuh yang tepat serta kebersihan sanitasi dan Pola Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).

Akun instagram @1000\_hari menyajikan informasi stunting dalam berbagai bentuk sajian informasi, seperti : foto, poster, video, infografik dan video grafik yang disertai caption berupa penjelasan seputar stunting. Hal tersebut menjadi ciri khas dari akun instagram @1000\_hari, dimana edukasi mengenai pencegahan stunting dibagikan kepada khalayak melalui instagram dengan cara yang bervariasi. Informasi seputar stunting yang dibagikan akun instagram @1000\_hari dengan intensitas yang sering dan dengan cara yang variatif, menjadikan akun ini sebagai media informasi kesehatan yang akan memberikan manfaat bagi followers dalam upaya pencegahan stunting.

Melihat fenomena bahwa saat ini selain dari media mainstream, media sosial juga berperan sebagai media untuk menyampaikan informasi kesehatan, seperti dengan adanya akun instagram @1000\_hari. Hal tersebut seharusnya menjadi indikasi terpenuhinya pengetahuan khalayak mengenai gizi seimbang dan perilaku kesehatan yang tepat yang akan membentuk sikap terhadap pencegahan stunting. Namun masih banyak masyarakat yang memiliki pengetahuan dan pemahaman yang rendah mengenai gizi seimbang dan perilaku kesehatan yang tepat.

Maka berdasarkan pemaparan diatas peneliti tertarik untuk meneliti “Hubungan antara informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting”.

## Metode Penelitian

Penelitian ini didasari oleh Teori Integrasi Informasi atau *Information Integration Theory*, merupakan teori yang menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Asumsi dari teori ini menjelaskan bahwa individu sebagai pelaku komunikasi mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua objek, situasi dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa objek (Littlejohn & Foss, 2014). Adapun besar tidaknya pengaruh informasi terhadap sikap penerima bergantung pada valensi dan bobot penilaian terhadap informasi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan studi korelasional karena berusaha menguji hubungan sebab-akibat antara dua variabel yaitu untuk melihat apakah terdapat hubungan antara informasi *stunting* pada akun instagram @1000\_hari dengan sikap *followers* terhadap pencegahan *stunting*. Karena populasi penelitian yang besar maka metode survei merupakan metode yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan penyebaran angket atau kuesioner. Adapun uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson Product moment (PPM).

Populasi pada penelitian ini adalah *followers* (pengikut) akun instagram @1000\_hari yaitu sebanyak 3042 yang dihitung per tanggal 24 Juli 2019. Jumlah sampel adalah 97 orang yang didapatkan dengan menggunakan rumus Taro Yamane. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*), dikatakan sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti yaitu variabel X (Informasi *stunting*) yang diturunkan menjadi 2 sub variabel yaitu valensi ( $X_1$ ) dan bobot informasi ( $X_2$ ). Serta variabel Y yaitu sikap terhadap pencegahan *stunting*.

## Pembahasan

### Informasi *stunting* pada akun instagram @1000\_hari (X)

Tabel 1 Kategorisasi Variabel X

No.	Informasi <i>Stunting</i> akun instagram @1000_hari	f	%
1	Rendah	0	0%
2	Sedang	25	25,8
3	Tinggi	72	74,2
Jumlah		97	100

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 72 responden (74,2%) termasuk dalam kategori tinggi dalam memberikan penilaian terhadap informasi *stunting* pada akun instagram @1000\_hari. Sedangkan, sangat sedikit dari responden yang berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 25 responden (25,8%) dan tidak seorang pun dari responden yang berada pada kategori rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel informasi *stunting* pada akun instagram @1000\_hari memiliki kategori yang tinggi

### Valensi Informasi ( $X_1$ )

Tabel 2 Kategorisasi Sub Variabel  $X_1$

No.	Valensi Informasi Akun Instagram @1000_hari	f	%
1	Rendah	0	0%
2	Sedang	26	26,8
3	Tinggi	71	73,2
Jumlah		97	100

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 71 responden (73,2%) termasuk dalam kategori tinggi dalam memberikan penilaian terhadap valensi informasi *stunting* pada akun instagram @1000\_hari. Sedangkan, sebagian kecil dari responden berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 26 responden (26,8%) dan tidak seorang pun dari responden yang berada pada kategori rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa valensi informasi *stunting* pada akun instagram @1000\_hari memiliki kategori yang tinggi.

## Bobot Informasi (X2)

Tabel 3 Kategorisasi Sub Variabel X2

No.	Bobot Informasi Akun Instagram @1000_hari	f	%
1	Rendah	0	0%
2	Sedang	39	40,2
3	Tinggi	58	59,8
Jumlah		97	100

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 58 responden (59,8%) termasuk dalam kategori tinggi dalam memberikan penilaian terhadap bobot informasi atau kredibilitas informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari. Sedangkan, sebagian kecil dari responden berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 39 responden (40,2%) dan tidak seorang pun dari responden yang berada pada kategori rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa bobot informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari berada pada kategori tinggi

## Sikap Terhadap Pencegahan Stunting (Y)

Tabel 4 Kategorisasi Variabel Y

No.	Bobot Informasi Akun Instagram @1000_hari	f	%
1	Rendah	0	0
2	Sedang	13	13,4
3	Tinggi	84	86,6
Jumlah		97	100

Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa hampir seluruh responden yaitu 84 responden (86,6%) termasuk kategori tinggi dalam sikap terhadap pencegahan stunting. Sementara itu, sangat sedikit dari responden yang berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 13 responden (13,4%) dan tidak seorang pun dari responden yang berada pada kategori rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa sikap responden dalam pencegahan stunting berada pada kategori tinggi.

## Hubungan Antar Variabel dan Sub Variabel

Tabel 1.5 Rekapitulasi Hasil Uji Korelasi

Variabel	r	Tingkat Hubungan	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Keputusan	Ket
X - Y	0,522	Cukup Kuat	5,970	1,661	H <sub>0</sub> ditolak	Signifikan
X <sub>1</sub> - Y	0,534	Cukup Kuat	6,162		H <sub>0</sub> ditolak	Signifikan
X <sub>2</sub> - Y	0,406	Cukup Kuat	4,334		H <sub>0</sub> ditolak	Signifikan

Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil uji korelasi, masing-masing variabel dan sub variabel memiliki nilai korelasi (r) yang signifikan dengan nilai yang

berbeda-beda. Nilai korelasi tertinggi pertama diperoleh dari korelasi antara variabel X1 dan Y yaitu antara informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting. Nilai korelasinya sebesar 0,534 atau berada pada tingkat hubungan yang cukup kuat. Selain itu, berdasarkan hasil uji signifikansi diperoleh nilai thitung sebesar 6,162 dan ttabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,661. Maka thitung lebih besar ( $>$ ) dari ttabel. Sehingga hal tersebut mengindikasikan penolakan H0 yang berarti bahwa, terdapat hubungan yang signifikan antara valensi informasi pada akun instagram @1000\_hari (X2) dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting.

Nilai korelasi tertinggi kedua adalah hubungan antara X dengan Y, yaitu informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting. Nilai korelasinya sebesar 0,522 atau berada pada tingkat hubungan yang cukup kuat. Selain itu, berdasarkan hasil uji signifikansi diperoleh nilai thitung sebesar 5,970 dan ttabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,661. Maka thitung lebih besar ( $>$ ) dari ttabel. Sehingga hal tersebut mengindikasikan penolakan H0 yang berarti bahwa, terdapat hubungan yang signifikan antara informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari (X) dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting.

Adapun nilai korelasi tertinggi ketiga adalah korelasi antara X2 dengan Y, yaitu hubungan antara bobot informasi stunting pada akun intagram @1000\_hari dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting. Nilai korelasinya sebesar 0,406 atau berada pada tingkat hubungan yang cukup kuat. Selain itu, berdasarkan hasil uji signifikansi diperoleh nilai thitung sebesar 4,334 dan ttabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,661. Maka thitung lebih besar ( $>$ ) dari ttabel. Sehingga hal tersebut mengindikasikan penolakan H0 yang berarti bahwa, terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi pada akun instagram @1000\_hari (X2) dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting.

### **Keterkaitan Teori dengan Hasil Penelitian**

Penelitian ini berangkat dari keinginan untuk membuktikan kebenaran teori integrasi informasi. Adapun asumsi dari teori ini bahwa individu sebagai pelaku komunikasi mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua objek, situasi dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa objek (Littlejohn & Foss, 2014). Teori integrasi informasi ini merupakan salah satu model yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan berpotensi untuk memengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu (Fuady, 2012). Informasi-informasi yang diperoleh individu tentunya tidaklah langsung diaplikasikan di lapangan. Pada umumnya individu melakukan pertimbangan dan perbandingan dengan pengalaman yang selama ini dilakukan.

Mengacu pada teori integrasi informasi, terdapat dua komponen yang dapat mempengaruhi sikap yaitu valensi dan bobot, komponen inilah yang dijadikan sebagai sub variabel dalam penelitian ini. Valensi atau arahan mengacu pada apakah informasi mendukung atau menolak keyakinan seseorang. Jika mendukung keyakinan yang telah ada dalam diri seseorang, maka informasi tersebut dikatakan positif. Tetapi jika tidak mendukung keyakinan sebelumnya maka informasi tersebut dikatakan negatif (Littlejohn, 2014).

Bobot merupakan fungsi dari kredibilitas dalam sebuah informasi. Jika seseorang berpikir bahwa informasi yang diterimanya benar, maka ia akan memberikan bobot

yang lebih tinggi pada informasi tersebut. Namun jika sebaliknya, maka penilaian yang diberikan pun rendah. Semakin besar bobotnya, semakin besar pula dampak dari informasi tersebut pada sistem keyakinan seseorang (Littlejohn, 2014).

Valensi dan bobot informasi pada akun instagram @1000\_hari yang bernilai positif atau bernilai tinggi bagi followers menimbulkan kecenderungan bersikap terhadap pencegahan stunting. Berdasarkan data yang didapat, secara keseluruhan followers menunjukkan sikap positif mengenai pencegahan stunting yang didasari oleh informasi yang mereka terima dari akun instagram @1000\_hari.

Valensi dan bobot suatu informasi merupakan dua hal yang berkaitan yang dapat menjadi indikasi perubahan sikap. Individu akan memandang suatu informasi itu kredibel jika informasi tersebut juga mendukung keyakinan mereka yang sudah ada sebelumnya dan tidak kredibel jika itu bertentangan dengan keyakinan mereka, terlepas dari seberapa baik argumen yang disampaikan, bersumber secara tepat dan sebagainya (Metzger et al., 2010).

Hal tersebut memperkuat hasil penelitian bahwa terdapat hubungan antara informasi stunting pada akun instagram @1000\_hari (Variabel X) dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting (Variabel Y), dimana pada variabel X ini terdiri dari valensi dan bobot informasi. Maka dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian ini menganggap informasi stunting pada akun instagram@1000\_hari merupakan informasi yang kredibel dan dapat mendukung keyakinannya yang kemudian memberikan pengaruh terhadap sikap dalam pencegahan stunting. Adapun sikap pada penelitian ini mengacu pada formulasi sikap menurut Martin Fishbein yang mengemukakan bahwa sikap merupakan kombinasi kompleks keyakinan dan evaluasi (Littlejohn & Foss, 2014)

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian diatas dengan terdapatnya hubungan yang signifikan terhadap setiap variabel dan sub variabel yang diteliti. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan teori integrasi informasi, bahwa individu yang dalam hal ini adalah followers akun instagram @1000\_hari mengakumulasikan informasi stunting yang disajikan akun instagram @1000\_hari, kemudian memberikan penilaian yang tinggi dan positif terhadap 2 komponen yang dapat mempengaruhi sikap yaitu valensi dan bobot. Adapun sikap tersebut merupakan representasi dari keyakinan dan evaluasi terhadap cara pencegahan stunting.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut: terdapat hubungan yang signifikan antara valensi informasi pada informasi stunting akun instagram @1000\_hari dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting. Adapun tingkat hubungan-nya dapat dikategorikan cukup kuat. Terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi pada informasi stunting akun instagram @1000\_hari dengan sikap followers terhadap pencegahan stunting. Adapun tingkat keeratan hubungan dapat dikategorikan cukup kuat.

## **Referensi**

Arikunto, Suharsimi. (2005). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta

- Bungin, B. (2009). Metodologi Penelitian kuantitatif. Jakarta : Kencana
- Fishbein, M (1963). An Investigation of the Relationships between Beliefs about an Object and the Attitude toward that Object, (Vol.16), 233. DOI: 10.1177/001872676301600302
- Fuady, I. (2012). Perilaku Komunikasi Petani dalam pencarian Informasi Pertanian Organik (Kasus Petani bawang merah Di Desa Srigading Kabupaten Bantul). *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 10(2), 10–18. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.10.2>.
- Littlejohn, Foss, Karen. (2014). Teori Komunikasi Jakarta : Salemba Humanika
- Metzger, M., J., & Flanagin, A., (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Science Direct*, (Vol.59), 210-220. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.012>
- Metzger, M.J., Flanagin, A.J., Medders, R.. (2010). Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. *J. Commun.* 60 (3), 413—439
- Riduwan & Akdon. (2007). Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika, Bandung: Alfabeta
- Riduwan & Engkos Kuncoro.(2012). Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur, Bandung : Alfabeta
- Rosini., & Nurningsih, S. (2018). Pemanfaatan media sosial untuk pencarian dan komunikasi informasi kesehatan. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 14(2), 226-237. DOI: 10.22146/bip.33844
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian R & D. Bandung: Alfabeta