

INTISARI

Penelitian ini menganalisis efektivitas komunikasi kebijakan stunting di Indonesia melalui iklan layanan masyarakat di platform media sosial TikTok. Latar belakangnya adalah tingginya angka stunting di Indonesia dan potensi besar media sosial di Indonesia yang menduduki peringkat 10 besar pengguna sosial media di dunia. Fokus penelitian yaitu melihat upaya komunikasi kebijakan yang dilakukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) terkait Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021 yang bertujuan untuk percepatan penurunan angka stunting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan BKKBN telah efektif dalam beberapa aspek, yaitu transparansi, ketersediaan dan penyimpanan informasi, integrasi, dan profesionalisme, menurut *Governance of Liquid Communication Theory*. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi terkait kebijakan penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah, terutama yang berkaitan dengan TikTok, sesuai dengan Peraturan Menteri Pan RB Nomor 83 Tahun 2012. Walaupun beberapa aspek telah efektif, penelitian ini menyoroti perlunya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang stunting melalui kampanye yang lebih terarah. Selain itu, pembentukan komunitas *online* yang peduli terhadap stunting belum berhasil sepenuhnya. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan stunting di Indonesia melalui TikTok telah berhasil dalam beberapa aspek, tetapi masih memiliki tantangan dalam hal meningkatkan pemahaman masyarakat dan membentuk komunitas *online* yang peduli terhadap stunting. Peningkatan upaya komunikasi dan edukasi lebih lanjut diperlukan untuk mencapai target penurunan angka stunting yang diinginkan.

Kata kunci: Komunikasi Kebijakan, Stunting, Media Sosial, Iklan Layanan Masyarakat

ABSTRAK

This study analyzes the effectiveness of stunting policy communication in Indonesia through public service advertisements on the TikTok social media platform. The background is the high stunting rate in Indonesia and the great potential of social media in Indonesia, which is ranked in the top 10 social media users in the world. The focus of the research is to see the policy communication efforts made by the National Population and Family Planning Agency (BKKBN) related to Presidential Regulation Number 72 of 2021 which aims to accelerate the reduction of stunting rates. The results showed that BKKBN's policy communication has been effective in several aspects, namely transparency, information availability and storage, integration, and professionalism, according to the Governance of Liquid Communication Theory. This research also provides recommendations related to policies on the use of social media by government agencies, especially those related to TikTok, in accordance with the Minister of Pan RB Regulation Number 83 of 2012. Although some aspects have been effective, this research highlights the need to increase public understanding of stunting through more targeted campaigns. In addition, the formation of an online community that cares about stunting has not been fully successful. Overall, this research shows that stunting policy communication in Indonesia through TikTok has been successful in some aspects, but still has challenges in terms of increasing public understanding and forming online communities that care about stunting. Further communication and education efforts are needed to achieve the desired stunting reduction target.

Keywords: Policy Communication, Stunting, Social Media, Public Service Advertisement