

Model *Public Relations* dalam Kampanye Pencegahan Stunting

Studi Kasus Program “Kampanye Percepatan Penurunan Stunting”

Oleh Perwakilan BKKBN Provinsi Jawa Timur Tahun 2023-2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan model *public relations* dalam kampanye pencegahan stunting. Untuk menangani permasalahan stunting di Indonesia, BKKBN melaksanakan program “Kampanye Percepatan Penurunan Stunting” melalui aktivitas kehumasan. Namun, pelaksanaan program ini menemui beberapa tantangan, terutama terkait minimnya informasi dan wawasan masyarakat tentang stunting. Oleh karena itu, aktivitas kehumasan dalam pelaksanaan program ini perlu disejajarkan dengan model *public relations* yang mampu menjangkau dan melibatkan publik. Perwakilan BKKBN Provinsi Jawa Timur dipilih sebagai lokus penelitian karena disatu sisi sukses meraih penghargaan sebagai provinsi dengan keterbukaan informasi publik dan pengelolaan media sosial terbaik, di sisi lain memiliki agregat prevalensi stunting yang berdampak signifikan terhadap angka nasional. Penelitian ini menggunakan teori model *public relations* yang berorientasi pada *engagement*, dengan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus deskriptif. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam kepada tim kehumasan dan pemegang kebijakan serta pengumpulan data sekunder. Penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas kehumasan Perwakilan BKKBN Provinsi Jawa Timur dalam melaksanakan program “Kampanye Percepatan Penurunan Stunting” tahun 2023-2024 terbagi menjadi tiga jenis, yaitu aktivitas lini atas, lini tengah dan lini bawah. Aktivitas lini atas dan sebagian aktivitas lini tengah yang bekerjasama dengan insan media menggunakan model *public informations*. Sedangkan aktivitas lini tengah yang berbasis media sosial digital serta aktivitas lini bawah melalui pertemuan dan pendampingan menggunakan model *two-way asymmetrical*. Implikasi dari penggunaan kedua model *public relations* tersebut adalah terbentuknya konsep *engagement* berbasis kontrol. Masyarakat dianggap sebagai risiko terhadap kejadian stunting sehingga aktivitas *public relations* dalam program ini dilakukan secara menyeluruh dengan orientasi kepentingan berpusat pada pemerintah.

Kata kunci: Model Kehumasan, Kampanye, *Engagement*, Stunting, BKKBN

Abstract

This research aims to describe the public relations model in the stunting prevention campaign. To address the problem of stunting in Indonesia, BKKBN implemented the "Stunting Reduction Acceleration Campaign" program through public relations activities. However, the implementation of this program encountered several challenges, especially related to the lack of information and public insight about stunting. Therefore, public relations activities in implementing this program need to be aligned with a public relations model that is able to reach and involve the public. The BKKBN Representative of East Java Province was chosen as the research locus because, on the one hand, it successfully won an award as the province with the best public information disclosure and social media management, on the other hand, it has an aggregate stunting prevalence that has a significant impact on national figures. This research uses engagement-oriented public relations model theory, with a qualitative approach through descriptive case study method. The research data was collected through in-depth interviews with the public relations team and policy holders as well as secondary data collection. This study shows that the public relations activities of the East Java Province BKKBN Representative in implementing the "Campaign to Accelerate Stunting Reduction" program in 2023-2024 are divided into three types, namely top line, midline and bottom line activities. Top-line activities and some mid-line activities in collaboration with media people use the public information model. While digital social media-based midfield activities and bottom line activities through meetings and assistance use a two-way asymmetrical model. The implication of using these two public relations models is the formation of a control-based engagement concept. The community is considered a risk to the incidence of stunting so that public relations activities in this program are carried out thoroughly with an interest orientation centered on the government.

Keywords: *Public Relations Model, Campaign, Engagement, Stunting, BKKBN*