

Komunikasi Sosial Stunting: Digitalisasi, Partisipasi & Perubahan

Yoanna Sativa Wita¹, Irwan Saputra²

¹. Mahasiswa Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia

* Corresponding Author: yoansativa11@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received : Jan 11 2026

Revised : Mar 11 2026

Accepted : Mar 21 2026

Available online : Mar 30 2026

Kata Kunci:

stunting, komunikasi sosial, digitalisasi, partisipasi, perubahan perilaku

Keywords:

stunting, social communication, digitalization, participation, behavior change

ABSTRAK

Stunting masih menjadi masalah kesehatan masyarakat serius di Indonesia. Komunikasi sosial dan pemasaran sosial berperan strategis dalam mengubah perilaku masyarakat. Tinjauan naratif ini bertujuan mengidentifikasi prinsip dan praktik komunikasi sosial untuk stunting berdasarkan 18 jurnal ilmiah terbitan 2020–2025. Hasil sintesis menunjukkan tiga pilar utama: digitalisasi (media sosial, aplikasi mobile, mHealth), partisipasi (pemberdayaan kader, modal sosial, keterlibatan komunitas), dan perubahan perilaku (teori HBM, komunikasi persuasif, pendekatan dekolonial). Bukti empiris menunjukkan bahwa aplikasi mobile seperti AECAS dan Edu Stunting secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan sikap ibu, sementara komunikasi

interpersonal kader Posyandu yang empatik terbukti lebih efektif daripada penyuluhan satu arah. Pendekatan dekolonial mengkritik intervensi SBCC konvensional yang cenderung top-down dan mengabaikan ekologi pangan lokal serta praktik sosiokultural masyarakat. Implikasi praktisnya, pemerintah dan dinas kesehatan perlu mengintegrasikan ketiga pilar secara simultan dalam kampanye stunting, disertai evaluasi dampak jangka panjang melalui desain studi yang ketat. Kesimpulannya, komunikasi sosial yang efektif memerlukan integrasi ketiga pilar tersebut secara simultan.

ABSTRACT

Stunting remains a serious public health problem in Indonesia. Social communication and social marketing play strategic roles in changing community behaviors. This narrative literature review aims to identify the principles and practices of social communication for stunting based on 18 scholarly journals published between 2020 and 2025. The synthesis reveals three main pillars: digitalization (social media, mobile applications, mHealth), participation (cadre empowerment, social capital, community engagement), and behavior change (HBM theory, persuasive communication, decolonial approaches). Empirical evidence shows that mobile applications such as AECAS and Edu Stunting significantly improve maternal knowledge and attitudes, while empathetic interpersonal communication by Posyandu cadres proves more effective than one-way counseling. The decolonial approach criticizes conventional SBCC interventions that tend to be top-down and ignore local food ecology as well as sociocultural practices. Practically, the government and health agencies need to integrate all three pillars simultaneously in stunting campaigns, accompanied by long-term impact evaluation through rigorous study designs. In conclusion, effective social communication for stunting requires the simultaneous integration of these three pillars.



PENDAHULUAN

Stunting, kondisi gagal tumbuh pada anak akibat kekurangan gizi kronis, masih menjadi tantangan kesehatan masyarakat yang serius di tingkat global maupun nasional (Utami et al., 2025). Secara global, prevalensi stunting pada anak di bawah lima tahun mencapai 22,3% pada tahun 2020, dengan beban tertinggi terjadi di kawasan Asia Tenggara dan Afrika Sub-Sahara (Siegal et al., 2024). Di Indonesia, prevalensi stunting mencapai 21,6% pada tahun 2022, dan pemerintah menargetkan penurunan menjadi 14% pada tahun 2024 melalui berbagai intervensi spesifik dan sensitif (Hidayat, 2022). Stunting tidak hanya berdampak pada hambatan pertumbuhan fisik anak, tetapi juga menyebabkan gangguan perkembangan kognitif, penurunan produktivitas di masa dewasa, serta meningkatkan risiko penyakit tidak menular di kemudian hari (Dearden et al., 2023). Oleh karena itu, upaya percepatan penurunan stunting menjadi prioritas nasional yang tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting (Widyaningsih, Kusumawati, & Handayani, 2025).

Salah satu pilar utama dalam strategi nasional percepatan penurunan stunting adalah komunikasi perubahan perilaku dan pemberdayaan masyarakat (Tenerman et al., 2025). Komunikasi sosial dan pemasaran sosial (*social marketing*) terbukti efektif dalam mengubah perilaku kesehatan masyarakat karena menerapkan prinsip-prinsip pemasaran komersial—seperti segmentasi audiens, analisis kebutuhan, bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*)—untuk tujuan sosial, termasuk pencegahan stunting (Afifi et al., 2025). Pendekatan *Social and Behavior Change Communication* (SBCC) telah diadopsi di berbagai negara berkembang sebagai kerangka kerja untuk merancang intervensi komunikasi yang sistematis, terukur, dan berkelanjutan (Field & Maffioli, 2025). Di Indonesia, berbagai program komunikasi telah diluncurkan oleh pemerintah pusat dan daerah, mulai dari kampanye nasional melalui media sosial hingga penyuluhan langsung oleh kader Posyandu di tingkat desa (Hidayat & Kurniawan, 2025).

Dalam lima tahun terakhir, perkembangan teknologi digital dan mobile telah membuka peluang baru sekaligus tantangan baru dalam komunikasi kesehatan (Darusman et al., 2024). Aplikasi mobile (mHealth), media sosial seperti Twitter dan Instagram, serta platform digital lainnya kini menjadi saluran utama edukasi publik dan perubahan perilaku (Hidayat, 2022; Adinda et al., 2024). Utami et al. (2025) dalam *scoping review*-nya

mengidentifikasi berbagai aplikasi mobile yang dikembangkan di Indonesia untuk pencegahan stunting, seperti AECAS, Edu Stunting, SCATION, dan Smart Ting, yang terbukti efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan deteksi dini ibu. Irawan et al. (2024) menggunakan teknik *social media listening* dan menemukan bahwa diskusi publik tentang stunting di Twitter mencapai puncaknya saat peluncuran program nasional, dengan sentimen yang cenderung positif. Hasrimy & Mailin (2025) menambahkan bahwa media sosial berperan penting dalam mengkonstruksi isu stunting melalui *framing* moral dan keterlibatan digital, meskipun wacana kritis tentang implementasi di lapangan masih terbatas.

Namun, praktik komunikasi sosial untuk stunting di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan signifikan (Darusman et al., 2024). Tantangan pertama adalah *digital divide* atau kesenjangan akses digital, di mana masyarakat di daerah terpencil dan pedesaan memiliki keterbatasan akses terhadap perangkat mobile dan internet, sehingga kampanye luring melalui kader Posyandu dan tokoh masyarakat tetap sangat diperlukan (Ginting, 2025). Tantangan kedua adalah rendahnya literasi digital di kalangan ibu dan kader, yang menyebabkan pesan kesehatan tidak dipahami secara optimal meskipun telah disampaikan melalui media digital (Humaerah & Rahayu, 2024). Tantangan ketiga adalah hambatan budaya dan miskonsepsi yang mengakar di masyarakat. Widyaningsih, Kusumawati, & Handayani (2025) mengungkapkan bahwa di masyarakat pedesaan Jawa Tengah, stunting masih sering dianggap sebagai kondisi herediter (keturunan) atau takdir, sehingga mengurangi persepsi perlunya intervensi medis dan perubahan perilaku. Faye & Sow (2025) secara kritis mengingatkan bahwa pendekatan SBCC konvensional yang cenderung top-down dan berbasis biomedis Barat sering mengabaikan ekologi pangan lokal, praktik sosiokultural, dan sistem pengetahuan masyarakat setempat, sehingga pesan yang disampaikan tidak relevan dan tidak diadopsi.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat adanya kesenjangan antara potensi besar komunikasi sosial dan pemasaran sosial untuk menurunkan stunting dengan realitas implementasi di lapangan yang masih menghadapi berbagai tantangan. Tinjauan naratif ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mensintesis prinsip serta praktik komunikasi sosial yang efektif untuk pencegahan stunting berdasarkan 18 jurnal ilmiah terbitan 2020–2025. Secara spesifik, tinjauan ini akan menjawab pertanyaan: (1) Apa saja prinsip-prinsip komunikasi sosial yang terbukti efektif dalam pencegahan stunting? (2) Bagaimana praktik terbaik implementasi di berbagai konteks (perkotaan, pedesaan, nasional, internasional)? (3) Apa saja tantangan dan kesenjangan penelitian yang masih ada? Fokus utama tinjauan

ini adalah pada tiga pilar komunikasi sosial: digitalisasi, partisipasi, dan perubahan perilaku (Tenerman et al., 2025; Afifi et al., 2025; Ginting, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan naratif (narrative review). Pencarian literatur dilakukan pada tiga basis data: google scholar, pubmed, dan portal jurnal terindeks sinta. Kombinasi kata kunci yang digunakan meliputi "stunting", "komunikasi sosial", "social marketing", "sbcc", "mobile health", serta "perubahan perilaku" dalam rentang publikasi 2020–2025. Dari 53 artikel yang teridentifikasi pada tahap awal, dilakukan proses seleksi berdasarkan judul, abstrak, dan teks lengkap, sehingga diperoleh 18 artikel yang memenuhi kriteria inklusi untuk dianalisis.

Analisis tematik terhadap 18 artikel terseleksi mengoperasionalkan empat kerangka teori secara spesifik dalam proses *coding*. *Health belief model* (hbm) digunakan untuk mengkode persepsi risiko, manfaat, hambatan, dan *self-efficacy* individu. *Stakeholder theory* diterapkan untuk mengkode aktor serta pola hubungan antar pemangku kepentingan. *Social capital theory* dimanfaatkan untuk mengkode kepercayaan, jejaring sosial, dan norma timbal balik dalam komunitas. Sementara itu, perspektif dekolonial digunakan untuk mengkode kritik terhadap pendekatan *top-down* serta alternatif *co-creation* dan keadilan epistemik. Sebagai keterbatasan, tinjauan ini hanya menggunakan tiga basis data, tidak melakukan penilaian kualitas metodologis secara sistematis, dan didominasi oleh artikel dari konteks indonesia (14 dari 18 artikel). Oleh karena itu, hasil tinjauan ini bersifat sintesis konseptual, bukan generalisasi statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis tematik terhadap 18 jurnal (2020–2025) menghasilkan tiga pilar utama dalam komunikasi sosial untuk pencegahan stunting: digitalisasi, partisipasi, dan perubahan perilaku. Ringkasan 18 jurnal disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan 18 Jurnal yang Dianalisis

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Metode	Negara & Sampel	Hasil Temuan
1	Hasrimy & Mailin (2025)	<i>The Construction of Stunting Issues in Social Media</i>	Analisis wacana	Indonesia; konten media sosial	Isu stunting dikonstruksi melalui framing moral; publik cenderung positif
2	Afifi et al. (2025)	<i>A behavioural intention model of stunting information-seeking</i>	Survei SEM	Indonesia; 400 responden	Perceived susceptibility & benefits prediktor terkuat niat cari informasi ($p < 0,05$)
3	Utami et al. (2025)	<i>Leveraging Mobile Applications for Stunting Prevention</i>	Scoping review	Indonesia; 12 studi	AECAS & Edu Stunting tingkatkan pengetahuan & sikap ibu ($p < 0,05$)
4	Siegal et al. (2024)	<i>A good egg: SBCC campaign in Rwanda</i>	Evaluasi mixed-methods	Rwanda; 1.200 rumah tangga	Kampanye SBCC multi-media berhasil tingkatkan konsumsi telur anak
5	Suryani et al. (2023)	Efektivitas Media Audio-Visual	Eksperimen kuasi	Indonesia; 200 ibu	Video + pendampingan langsung lebih efektif daripada video saja
6	Puspita (2022)	Analisis Komunikasi Program Stunting Banyumas	Studi kasus	Indonesia; 30 informan	Keterlibatan suami sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku
7	Hidayat & Kurniawan (2025)	UJANG NYAI CEGAH STUNTING	R&D	Indonesia; 500 remaja & kader	Model IMC daring-luring + budaya lokal efektif tingkatkan partisipasi

8	Mahiri & Kurnadi (2025)	<i>Stunting-free villages and MSMEs</i>	PAR	Indonesia; 5 desa, 250 keluarga	Sinergi edukasi + UMKM + pemberdayaan ciptakan desa bebas stunting
9	Dearden et al. (2023)	<i>Large-scale SBCC intervention in Tanzania</i>	Quasi-experimental	Tanzania; 2.500 rumah tangga	Intervensi SBCC skala besar tingkatkan pengetahuan, sikap, praktik
10	Humaerah & Rahayu (2024)	KIE dan pemberdayaan untuk stunting	Mixed-methods	Indonesia; 150 kader	KIE + pemberdayaan kader lebih efektif daripada penyuluhan satu arah
11	Irawan et al. (2024)	<i>Social media listening stunting</i>	Big data analytics	Indonesia; 50.000+ tweet	Sentimen publik positif; puncak diskusi saat peluncuran program nasional
12	Hidayat (2022)	Twitter untuk edukasi stunting	Netnografi	Indonesia; akun pemerintah	Pendekatan persuasif dominan; belum ada evaluasi dampak perilaku
13	Adinda et al. (2024)	Instagram sebagai navigator kesehatan	Studi kasus	Indonesia; akun @leonavictoria	Akun berfungsi sebagai navigator kesehatan online untuk ibu muda
14	Faye & Sow (2025)	<i>Decolonial analysis of SBCC in Senegal</i>	Etnografi	Senegal; 8 desa, 120 partisipan	SBCC konvensional top-down; perlu pendekatan dekolonial & co-creation
15	Ginting (2025)	Komunikasi interpersonal kader Posyandu	Fenomenologi	Indonesia; 15 kader, 30 ibu	Komunikasi empatik & berkelanjutan lebih efektif daripada satu arah

16	Darusman et al. (2024)	<i>Digital intervention for stunting</i>	Literature review	Indonesia; 25 studi	Intervensi digital tingkatkan pengetahuan; tantangan: akses & literasi
17	Widyaningsih et al. (2025)	<i>Social perceptions of stunting in rural Java</i>	Studi kasus	Indonesia; 58 partisipan	Miskonsepsi: stunting dianggap takdir; perlu komunikasi strategis
18	Field & Maffioli (2025)	<i>SBCC + cash transfer in Myanmar</i>	RCT	Myanmar; 1.500 rumah tangga	Kombinasi bantuan tunai + SBCC signifikan turunkan stunting

PEMBAHASAN

1. Sinergi Tiga Pilar Komunikasi Sosial untuk Pencegahan Stunting

Hasil analisis tematik terhadap 18 jurnal mengonfirmasi bahwa komunikasi sosial untuk pencegahan stunting tidak dapat bertumpu pada pendekatan tunggal, melainkan memerlukan integrasi tiga pilar yang saling terkait: digitalisasi, partisipasi, dan perubahan perilaku. Temuan ini memperkuat kerangka *Social Ecological Model* (SEM) yang menekankan bahwa perubahan perilaku kesehatan dipengaruhi oleh faktor individu, interpersonal, komunitas, dan kebijakan (McLeroy et al., 1988, dalam Afifi et al., 2025).

Digitalisasi sebagai pilar pertama menyediakan jangkauan luas dan efisiensi. Utami et al. (2025) menunjukkan bahwa aplikasi mobile seperti AECAS dan Edu Stunting secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan sikap ibu ($p < 0,05$), sementara Hidayat (2022) serta Adinda et al. (2024) membuktikan efektivitas media sosial (Twitter dan Instagram) sebagai saluran edukasi publik. Namun, digitalisasi tanpa partisipasi hanya menghasilkan penyebaran informasi satu arah yang seringkali tidak mengubah perilaku (Faye & Sow, 2025).

Partisipasi sebagai pilar kedua membangun kepercayaan, relevansi, dan keberlanjutan. Ginting (2025) secara meyakinkan menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal kader Posyandu yang empatik, terbuka, dan berkelanjutan lebih efektif daripada penyuluhan satu arah. Puspita (2022) menambahkan bahwa keterlibatan suami dalam program komunikasi sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku keluarga.

Perubahan perilaku sebagai pilar ketiga adalah tujuan akhir yang harus terukur. Afifi et al. (2025) membuktikan bahwa *perceived susceptibility* dan *perceived benefits* dari *Health Belief Model* (HBM) adalah prediktor terkuat niat perubahan perilaku. Bukti paling kuat datang dari Field & Maffioli (2025) di Myanmar, yang secara eksperimental membuktikan bahwa kombinasi bantuan tunai dan SBCC secara signifikan mengurangi stunting, sementara bantuan tunai saja tidak berpengaruh.

2. Variasi Kontekstual dan Praktik Terbaik Lintas Wilayah

Salah satu temuan paling signifikan adalah bahwa efektivitas komunikasi sosial sangat dipengaruhi oleh faktor geografis, sosial budaya, dan kapasitas infrastruktur. Di konteks perkotaan seperti Medan, Tenerman et al. (2025) menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial plus kolaborasi lintas dinas menjadi kunci keberhasilan, yang dimungkinkan oleh tingginya penetrasi internet dan literasi digital (Darusman et al., 2024). Di konteks pedesaan seperti Banyumas dan Jawa Tengah, pendekatan yang lebih efektif justru bersifat *high-touch* daripada *high-tech*. Puspita (2022) menemukan bahwa pelibatan suami sangat menentukan keberhasilan. Ginting (2025) menambahkan bahwa kader Posyandu yang terlatih secara interpersonal menjadi ujung tombak. Widyaningsih, Kusumawati, & Handayani (2025) mengungkap miskonsepsi bahwa stunting dianggap sebagai "takdir", yang hanya dapat diatasi melalui pendekatan dialogis. Faye & Sow (2025) memberikan perspektif kritis bahwa pendekatan SBCC konvensional yang top-down sering mengabaikan ekologi pangan lokal, sehingga mengadvokasi pendekatan dekolonial dan *co-creation*.

3. Kesenjangan Penelitian dan Implikasi bagi Kebijakan

Literature review ini mengidentifikasi lima kesenjangan penelitian utama. Pertama, dominasi studi cross-sectional dan kurangnya studi longitudinal (Hidayat, 2022). Kedua, terbatasnya uji coba terkontrol acak (RCT) di Indonesia (Utami et al., 2025). Ketiga, minimnya eksplorasi peran kecerdasan buatan (AI) dalam personalisasi pesan (Utami et al., 2025). Keempat, belum adanya studi komparatif biaya-manfaat antar jenis intervensi (Darusman et al., 2024). Kelima, kurangnya studi yang mengintegrasikan perspektif dekolonial dalam konteks Indonesia (Faye & Sow, 2025; Widyaningsih, Kusumawati, & Handayani, 2025). Implikasi kebijakan yang dihasilkan meliputi: (1) integrasi ketiga pilar secara simultan, bukan parsial; (2) evaluasi dampak dengan desain studi ketat (RCT/kuasi-eksperimen); (3) pelatihan kader Posyandu yang mencakup keterampilan komunikasi

interpersonal empatik; (4) pendekatan *co-creation* dengan melibatkan tokoh agama, tokoh adat, dan komunitas dalam desain pesan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Tinjauan pustaka terstruktur terhadap 18 jurnal (2020–2025) menunjukkan bahwa komunikasi sosial untuk stunting bertumpu pada tiga pilar utama: digitalisasi, partisipasi, dan perubahan perilaku. Digitalisasi (media sosial, aplikasi mobile, mHealth) menyediakan jangkauan luas dan efisiensi. Partisipasi (pemberdayaan kader, modal sosial, keterlibatan komunitas) membangun kepercayaan dan keberlanjutan. Perubahan perilaku (teori HBM, komunikasi persuasif, pendekatan dekolonial) adalah tujuan akhir yang harus terukur. Ketiga pilar bekerja secara sinergis. Pendekatan yang paling efektif adalah integrasi ketiganya secara simultan, dengan tetap memperhatikan konteks lokal, keadilan epistemik, dan keterlibatan aktif komunitas dalam *co-creation* intervensi.

Rekomendasi

- 1. Untuk pemerintah dan dinas kesehatan:** Kembangkan kampanye yang mengintegrasikan aplikasi mobile (digitalisasi), pelatihan kader Posyandu yang empatik dan berkelanjutan (partisipasi), serta evaluasi dampak berbasis teori perilaku (perubahan). Alokasikan anggaran untuk studi longitudinal dan RCT.
- 2. Untuk praktisi komunikasi:** Gunakan *social media listening* untuk memonitor sentimen publik secara *real-time*. Libatkan calon pengguna dalam *co-design* aplikasi. Jangan abaikan pendekatan luring di daerah dengan akses digital terbatas.
- 3. Untuk peneliti selanjutnya:** Lakukan studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang. Uji coba model intervensi yang mengintegrasikan pendekatan dekolonial dan *co-creation*. Eksplorasi peran AI dalam personalisasi pesan. Lakukan studi *cost-effectiveness analysis* antar jenis intervensi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Adinda, R.G., Windah, A., Kartika, T., et al. (2024). Online Health Navigation: Study Case of @leonavictoria_ahligizi's Instagram. *International Journal of Health, Engineering and Technology*. <https://ijhet.com/index.php/ijhet/article/view/196>

- Afifi, S., Bakti, I.G.M.Y., Yaman, A., & Sumaedi, S. (2025). A behavioural intention model of stunting information-seeking behaviour on social media. *Global Knowledge, Memory and Communication*, Emerald. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/GKMC-08-2024-0494/full/html>
- Darusman, K.R., Sundjaya, T., Wasito, E., Masita, B., & Fujianti, S. (2024). Effectiveness of digital intervention for early stunting prevention in Indonesian children. *Bali Medical Journal*, 13(3).
- Dearden, K., Mulokozi, G., Linehan, M., et al. (2023). The Impact of a Large-Scale Social and Behavior Change Communication Intervention on Knowledge, Attitudes, and Practices Related to Stunting Prevention. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2), 1214. <https://www.mdpi.com/1660-4601/20/2/1214>
- Faye, S.L., & Sow, G.H. (2025). Reclaiming voices, rethinking change: a decolonial and knowledge-ecological analysis of SBCC nutrition interventions in Senegal. *Frontiers in Nutrition*, 12, 1609237.
- Field, E., & Maffioli, E.M. (2025). Are Behavioral Change Interventions Needed to Make Cash Transfer Programs Work for Children? Experimental Evidence from Myanmar. *Economic Development and Cultural Change*, 73(3), 1187-1220.
- Riansyah, F., Ramadana, V. S., Farida, E. K., & Fajriansyah, F. (2025). Keberlangsungan Dukungan Keluarga Dengan Peningkatan Pengobatan Tbc Di Uptd Puskesmas Langkahan. *Teewan Journal Solutions*, 2(3), 108-116.
- Riansyah, F., Halizasia, G., Maayah, N., Maulida, M., Karo, D. A. B., & Husna, A. (2024). Karakteristik Demografi Dengan Self Management Hipertensi Pada Lansia Di Desa U Baro Kecamatan Cot Girek Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Medikes (Media Informasi Kesehatan)*, 11(1), 121-134.
- Riansyah, F., Saputra, I., & Halizasia, G. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Rumah Sakit Umum Sakinah Lhoksemawe, Aceh. *Teewan Journal Solutions*, 1(1), 36-42.
- Ginting, S.U. (2025). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Kader Posyandu dalam Membentuk Pola Asuh Ibu untuk Menurunkan Stunting. *Skripsi*, UISU Medan.
- Hasrimy, M.F., & Mailin, M. (2025). The Construction of Stunting Issues in Social Media. *Analytica Media and Communication Studies*, UIN Sumatera Utara. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/view/25397>
- Hidayat, I., & Kurniawan, R. (2025). UJANG NYAI CEGAH STUNTING: Era Baru Strategi Kampanye Pencegahan Stunting Terintegrasi. *Tesis*, LSPR Jakarta. https://elibrary.lspr.ac.id/lsprperpus/index.php?p=show_detail&id=10177
- Hidayat, R. (2022). The Use of Twitter for Public Education on Stunting in Indonesia. *Sustainability Science and Resources*, 3, 17-31. <https://journalsr.com/index.php/ssr/article/view/25>

- Humaerah, M.A., & Rahayu, M. (2024). Analysis of stunting prevention through communication, information, and education with empowerment. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*. <https://akper-sandikarsa.e-journal.id/JIKSH/article/view/1229>
- Irawan, S.A., Alistina, D.A., Laili, D.R., et al. (2024). Unveiling Peak Detection, Sentiment Analysis and Post Engagement: Social Media Listening Discourses on Stunting in Indonesia. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4888137
- Mahiri, E.A., & Kurnadi, E. (2025). Towards stunting-free villages and independent MSMEs. *International Review of Community Engagement*. <https://journals.pelitapublishing.com/index.php/irce/article/view/93>
- Puspita, D.R. (2022). Analisis Komunikasi pada Program Percepatan Pencegahan Stunting di Kabupaten Banyumas. *Skripsi*, IPB University. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/115788>
- Siegal, K., Wekesa, B., Custer, E., et al. (2024). A good egg: An evaluation of a social and behavior change communication campaign. *Maternal & Child Nutrition*, Wiley. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/mcn.13573>
- Suryani, D., Rahmawati, F., & Hidayat, T. (2023). The Effectiveness of Audio-Visual Media in Social Marketing Campaigns. *Proceedings MDPI*, 83(1), 48. <https://www.mdpi.com/2504-3900/83/1/48>
- Tenerman, E.Y., Sari, M.T., & Hajar, S. (2025). Digital communication strategy for public campaign to prevent stunting in Medan. *Jurnal Studi Komunikasi*. <https://ouci.dntb.gov.ua/en/works/IRrGYW6W/>
- Utami, R.N., Panduragan, S.L., & Nambiar, N. (2025). Leveraging Mobile Applications for Stunting Prevention in Indonesia: A Scoping Review. *The Malaysian Journal of Nursing*, 16(Supplementary 2), 158-167.
- Widyaningsih, D., Kusumawati, A., & Handayani, S. (2025). Social Perceptions About Stunting in Rural Communities in Central Java, Indonesia: A Qualitative Study. *Journal of Population and Social Studies*, 33, 415-431.