Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi
ISSN : 1970-8870
e-ISSN : 2528-3243

PERENCANAAN STRATEGI KOMUNIKASI PENCEGAHAN *STUNTING* DIREKTORAT KOMUNIKASI, INFORMASI DAN EDUKASI BKKBN (Studi Kasus Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana Periode Oktober 2021-Oktober 2022)

Muhammad Saripudin Prawira[1], Fajarina[2], Erna Febriani[3], Arifin Saleh Harahap[4]
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara No. 9 Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
msprawira7@student.esaunggul.ac.id

Abstract

This research is a kind of qualitative research with a case study method and a paradigm of pospositivism to describe and know the communication strategy planning that the Directorate of Communications, Information, and Education is conducting in an effort to prevent Stunting and its obstacles on the program Vodcast Indonesia planned time. The target is pregnant mothers, prospective brides, provincial BKKBN, and parents, related to understanding the prevention and danger of Stunting with the ultimate goal of changing the attitude of the audience. Data collection methods used in interview, observation and documentation techniques. Analysis of this research data is data reduction, data presentation, and conclusion-taking. The results and conclusions of this study show that DITKIE BKKBN applies all stages to the Five-Step Communication Planning Model namely Research, Planning, Implementation, Measurement and Reporting. The research was done on before the Indonesian vodcast planned time, preparing the production team. Planning of media creation and content of the Vodcast time Indonesia planned, searching for sources, researching themes, main targets, equipment, studios, brifing as well as cooperation with Kominfo, Mahaka Group, MNC Group and Radio Kompas. Execution performs their respective tasks on the production team. Measurement of evaluation to know the final outcome and when the activities of vodcast, at the evaluation stage also the researchers use the Theory of Adoption Innovation i.e. awareness phase (awareness), desire (interest), evaluation (evaluation), trial phase, adoption phase to see the attitude of the informant to the vodcast wib and enter the measurement / evaluation phase. The reporting phase is the end of the vodcast activity, reporting in oral and written form (document) is to the responsible vodcast wib, then again as information about the progress of vodcast to the Coordinator, Director, Deputy and Head of BKKBN.

Keywords: *Communication Strategy Planning, Stunting Prevention, Vodcast, Innovation Adoption, BKKBN*

Abstrak

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dan paradigma pospositivisme untuk menggambarkan dan mengetahui perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi dalam upaya melakukan pencegahan *Stunting* dan hambatannya pada program vodcast waktu indonesia berencana. Target sasarannya yaitu ibu hamil, calon pengantin, BKKBN Provinsi, dan orang tua, terkait pemahaman pencegahan dan bahaya *Stunting* dengan tujuan akhir perubahan sikap audiens. Metode pengumpulan data yang digunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini menunjukan DITKIE BKKBN menerapkan semua tahap pada Model Perencanaan Komunikas Lima Langkah yaitu Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Pengukuran dan Pelaporan. Penelitian dilakukan pada sebelum vodcast waktu indonesia berencana, menyiapkan tim produksi. Perencanaan pembuatan media dan isi konten vodcast waktu indonesia berencana, mencari narasumber, riset tema, target sasaran utama, peralatan, studio, brifing serta kerja sama dengan Kominfo, Mahaka Group, MNC Group dan Radio Kompas. Pelaksanaan melaksanakan tugas masing-masing pada tim produksi. Pengukuran evaluasi untuk mengetahui hasil akhir dan saat kegiatan vodcast, pada tahap evaluasi juga peneliti memakai Teori Adopsi Inovasi yaitu fase kesadaran (awareness), Keinginan (Interest), Evaluasi (Evaluation), Fase Mencoba (Trial), Fase Adopsi (Adoption) untuk melihat sikap informan terhadap vodcast wib dan masuk dalam tahap pengukuran/evaluasi. Tahap pelaporan merupakan akhir dari kegiatan vodcast, laporan berupa lisan dan tulisan (dokumen) dilaporkan kepada penanggung jawab vodcast wib, lalu dilaporkan lagi sebagai informasi progres vodcast kepada Koordinator, Direrktur, Deputi dan Kepala BKKBN.

Kata Kunci : Perencanaan Strategi Komunikasi, Pencegahan *Stunting*, Vodcast, Adopsi Inovasi, BKKBN

.

Pendahuluan

Setiap organisasi atau lembaga pemerintah perlu melakukan kegiatan komunikasi kepada masyarakat, baik untuk penyampaian informasi mengenai kebijakan atau untuk sosialisasi sebuah program. Penyampaian informasi yang tidak strategis

akan memberikan dampak sehingga kurangnya efektivitas pesan dan tujuan dari komunikasi. Menurut Nurdin (2013) Komunikasi yang dilakukan tanpa strategi mirip dengan orang yang melakukan perjalanan tetapi tidak memahami rute yang sedang ditempuh. Namun, sebaliknya, komunikasi yang dilakukan dengan strategi yang baik dan tepat adalah seperti orang yang mengemudi sambil mengetahui arah jalan dan rambu lalu lintas yang ia lalui, sehingga strategi komunikasi sangat signifikan menentukan efektivitas komunikasi. Strategi komunikasi harus dilakukan dengan sebuah perencanaan. Karena perencanaan merupakan proses kegiatan persiapan secara sadar dan sistematik dalam menyusun program yang konsisten yang berguna mencapai tujuan komuikasi (Moekahar, 2021).

Sangat perlu bagi organisasi untuk menyusun perencanaan strategi komunikasi yang tepat agar penyampaian pesan dapat terencana sehingga informasi tersebut dapat tersampaikan kepada masyarakat atau komunikan. Menurut Middleton dalam, Cangara (2013) Strategi Komunikasi yaitu hasil terbaik dari kolaborasi atau gabungan semua elemen yang ada pada komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran, komunikan, sampai pada efek yang dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi yang maksimal. Fungsi utama strategi komunikasi adalah menyebarkan dan mengumpulkan informasi atau data sehingga dapat dihasilkan komunikasi yang persuasif, informatif, sistemik, dan informatif.

Menurut Effendy dalam Suryadi (2018) Strategi komunikasi yaitu panduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan juga manajemen (communication management) yang memiliki suatu tujuan. Untuk mencapai hasil dari tujuan, strategi komunikasi harus menjelaskan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa dengan pendekatan bisa saja berbeda-beda suatu waktu karena bergantung dengan situasi dan kondisi juga. Kemampuan dalam memilih strategi komunikasi merupakan langkah penting yang harus dipertimbangkan secara teliti dalam merencankan sebuah komunikasi ketika salah memilih strategi maka akan mendapatkan hasil yang memuaskan atau bahkan dapat menimbulkan kerugian yang membahayakan (Wijaya, 2015).

Saat ini pemerintah Indonesia masih memiliki masalah yang serius dan dapat berdampak pada pembangunan bangsa, yaitu keadaan anak yang memiliki tubuh pendek *(Stunting)*. Hampir dari jutaan anak-anak hingga remaja yang ada di Indonesia terancam dengan keadaan tubuh pendek pada anak. *Stunting* memberikan dampak generasi yang kehilangan arah, serta akan memberikan beban dan ancaman bagi negara di masa yang akan datang, serta sudah memberikan dampak kerugian negara hingga Rp. 300 trilyun pertahunnya. *Stunting* memberikan dampak jangka pendek seperti tingginya risiko morbiditas dan mortalitas, jangka menengah yaitu rendahnya intelektualitas dan kemampuan kognitif, pada risiko jangka panjang memberikan dampak kualitas SDM serta masalah penyakit organ jaringan memburuk waktu ke waktu di masa dewasa nanti (Siswati, 2018).

Dalam data yang dicatat oleh World Health Organization (WHO) jumlah secara global di tahun 2020, terdapat 149,2 juta anak di bawah lima tahun menderita *Stunting* (UNICEF/WHO/WORLD BANK, 2021). *Stunting* yaitu kelainan gizi pada bayi di 1000 (seribu) hari pertama kehidupan (270 hari masa kehamilan dan 730 hari seletah kelahiran /anak berusia 2 tahun) yang berlangsung lama dan juga menyebabkan terhambatnya perkembangan pada otak dan tumbuh kembang pada anak. Bayi *Stunting* berkembang lebih pendek dari standar tinggi balita di seusianya, karena permasalahan pada gizi tersebut (https://www.BKKBN.go.id/ diakses pada 17 November 2022).

Untuk mewujudkan sumber daya manusia SDM yang sehat, aktif dan memiliki intelektual tinggi, serta guna mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan negara, dilakukan percepatan penurunan *Stunting* (Perpes No 72 Tahun 2021 diakses pada 15 November 2022). Presiden Jokowi menjadikan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), untuk sebagai ketua pelaksana Program Percepatan Penanganan *Stunting* pada 25 Januari 2021, di Kantor Presiden, Jakarta Pusat (https://www.BKKBN.go.id/ diakses pada 15 November 2022). Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) biasa disebut suatu lembaga pemerintah nonkementerian yang menjalankan tugas pemerintahan dalam bidang pengendalian penduduk dan penyelenggaraan keluarga berencana dan juga penurunan angka *Stunting* (Perpes No 72 Tahun 2021 diakses pada 15 November 2022).

Untuk itu dalam mensosialisasikan pencegahan *Stunting* yang telah diamanatkan oleh 3 presiden, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) melalui Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi yang bertanggung jawab dalam penyiaran TV dan Radio

melakukan upaya komunikasi dan sosialisasi terkait informasi pencegahan *Stunting* melalui Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana yang dimana sudah dijalankan sejak oktober 2021 dan pada saat peneliti melakukan pra lapangan pada tanggal 13 Desember 2022 bertemu dengan Key Informan (Elly) yang memang merupakan pegawai Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi yang bekerja pada bagian Media Lini Atas dan juga yang memegang program Vodcast Waktu Indonesia Berencana dan berfokus pada TV, Talkshow, Iklan layanan masyarakat dan juga *Stunting*.

Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini memang berfokus pada pencegahan *Stunting* dan target dari program Vodcast Waktu Indonesia Berencana seperti teman-teman BKKBN yang ada di Provinsi dan juga Petugas Lapangan, dan target utama ibu-ibu, bapak-bapak, dan juga calon ibu karena beberapa *Stunting* pada anak bisa terjadi dari pola hidup ayah dan ibu yang kurang sehat, seperti kurangnya asupan gizi dan lain sebagainya. Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini untuk mensosialisasikan program pencegahan *Stunting* hampir dalam sebulan ada 4 kali tema, 3 diantaranya membahas tentang program *Stunting* ini. Contohnya pada tema episode pertama yaitu "*Stunting* dan ancaman masalah sosial budaya yang mengintai". Lalu episode kedua membahas tentang "Remaja melek kespro, masa depan bebas *Stunting*". Dalam episode dibagi lagi menjadi tiga part atau tiga bagian dengan durasi masing-masing kurang lebih 15 sampai 20 menit.

Berdasarkan observasi awal dan data-data di atas, BKKBN melalui Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi, sub kordinator media lini atas melakukan sosialisasi terkait pencegahan *Stunting* dan mengajak orang tua serta masyarakat agar bersikap peduli dengan dampak yang ditimbulkan *Stunting* ini, di mana strategi yang digunakan melalui Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana. Berdasarkan pemaparan uraian di atas Peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul "Perencanaan Strategi Komunikasi Pencegahan *Stunting* Direktorat Komunikasi, Informasi, Dan Edukasi BKKBN (Studi Kasus Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana Periode Oktober 2021 – Oktober 2022)".

Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan strategi komunikasi dan juga apa saja hambatan pada pencegahan *Stunting* Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN pada Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana.

Pembahasan

Analisis Model Perencanaan Strategi Komunikasi Lima Langkah Pencegahan *Stunting* Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional merupakan organisasi yang mendapatkan peran untuk mengendalikan jumlah penduduk melalui penyelenggaraan program kependudukan dan keluarga berencana, serta untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) Indonesia melalui pembangungan keluarga berdasarkan Undang-Undang Nomor 52 Tahun 2009 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga. Dalam Peraturan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional RI Nomor 11 Tahun 2020 BAB I tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional merupakan lembaga pemerintah non kementerian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri yang bertanggung jawawb di bidang kesehatan. Di tahun 2021 BKKBN ditunjuk sebagai ketua koordinator percepatan penurunan *Stunting* berdasarkan Peraturan Presiden nomor 72 tahun 2021 tentang percepatan penurunan *Stunting*.

BKKBN memiliki salah satu Direktorat yaitu Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi. Dalam hal ini Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi berada di dalam Deputi Bidang Advokasi, Penggerakan, dan Informasi. Dengan tugas Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi yaitu melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, pemantauan dan evaluasi, serta pemberian bimbingan teknis dan fasilitas di bidang komunikasi, informasi, dan edukasi dalam pelaksanaan pengendalian penduduk, keluarga berencana dan kesehatan reproduksi, serta keluarga sejahtera dan pemberdayaan keluarga.

Berdasarkan tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui perencanaan strategi komunikasi pencegahan *Stunting* direktorat komunikasi, informasi, dan edukasi BKKBN melalui program Vodcast Waktu Indonesia Berencana. Dapat disimpulkan bahwa Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi merupakan direktorat yang memiliki tugas untuk mengedukasi,

mengkomunikasikan dan juga menginformasikan terkait pencegahan *Stunting* dan juga produk BKKBN lainnya seperti program pembangunan keluarga, kependudukan dan keluarga berencana kepada masyarakat. Serta sudah menerapkan seluruh dari tahap perencanan strategi komunikasi lima langkah yaitu, penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan pelaporan.

Penelitian *(research)*

Cangara dalam Wirman (2017:130) menjelaskan tahap penelitian atau riset dalam model perencanaan strategi komunikasi lima langkah merupakan langkah awal lembaga untuk mencari tahu permasalahan yang sedang dihadapai, masalah dalam hal ini juga bertujuan untuk mencari tahu potensi daerah dan permasalahan di suatu daerah kemudian dibuatkan suatu program seperti CSR Perusahaan. Masalah dalam penelitian ini yaitu tentang pencegahan *Stunting*, kemudian sosialisasi seperti apa yang dilakukan oleh BKKBN sebelum ada program vodcast, kemudian melakukan riset dan membuat program untuk memberikan edukasi dan informasi kepada masyarakat terkait *Stunting*.

Berdasarkan apa yang sudah tertulis pada BAB IV, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN melakukan sosialiasi terkait pencegahan *Stunting* dan program BKKBN lainnya kepada masyarakat melalui media sosial seperti instagram, youtube, dan radio, dan ada program khusus namun hanya berjalan selama satu tahun, dan pada akhirnya baru ada program Vodcast Waktu Indonesia Berencana karena BKKBN mendapatkan tugas dari presiden untuk percepatan penuruan angka *Stunting* seperti pencegahan *Stunting* mulai tahun 2021.

Peneliti juga menyimpulkan pada tahap penelitian untuk pembuatan konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana, tim produksi vodcast melakukan riset mencari tema yang relevan dengan program BKKBN yaitu pencegahan *Stunting* dan program bangga kencana, melihat isu yang ada di masyarakat, dapat simpulkan juga pada program Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini memang berkaitan dengan pencegahan *Stunting* seperti dari 4 tema selama sebulan, 3 diantaranya sudah *Stunting* dan masih saling terkait, kesimpulan peneliti tersebut sesuai juga dengan apa yang sudah dikemukakan oleh para Informan, yang pada intinya 3 Informan tersebut menyetujui bahwa memang tema dari setiap episode masih saling berkaitan dengan pencegahan *Stunting*. Lalu tema juga sudah ditetapkan untuk persiapan sebulan dan memang tidak menemukan hambatan dalam mencari tema untuk konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini, karena memang tema selalu berkembang dan bisa juga kerja sama dengan direktorat di BKKBN yang memang ahli dengan tema pemabahasan yang akan dibawa pada konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana itu.

Perencanaan *(plan)*

Cangara dalam Wirman (2017:127) mengemukakan bahwa tahap perencanaan disini merupakan perencanaan komunikasi yang memerlukan strategi pemilihan komunikator, pesan, saluran, target komunikasi, dan juga efek. Dalam hal ini pada tahap perencanaan yang berkaitan dengan media Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini, peneliti dapat menyimpulkan Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN bahwa awal mula DITKIE memutuskan untuk sosialisasi pencegahan *Stunting* melalui media vodcast karena memang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarkat yang pada saat covid 2019 tersebut vodcast lagi sedang naiknaiknya di publik, vodcast ini juga melakukan komunikasi dua arah antara narasumber dan juga penonton melalui live streaming youtube, tujuan utama dari media Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini untuk mengedukasi, memberikan informasi, dan mengkomunikasikan kepada masyarakat terkait pencegahan *Stunting* dan juga program pembangunan keluarga, kependudukan dan keluarga berencana. Pada tahap ini juga perencanaan yang dilakukan oleh DITKIE seperti menyiapkan timnya, mempersiapkan setting (tempat lokasi, studio, pengaturan tata letak, peralatan, brief materi da narasumbernnya) dan target sasaran utama Vodcast Waktu Indonesia Berencana yang sudah direncanakan sesuai perencanaan yaitu tenaga pengelola lapangan, BKKBN provinsi, ibu hamil, calon ayah dan ibu, dan juga pasangan. Lalu dapat simpulkan juga bahwa peralatan yang digunakan yaitu standar broadcasting, seperti merekam audio, kamera, clip on, mic, lighting, dan web cam. Dan tahapan perencanaan konten vodcast waktu indonesia peneliti bisa menyimpulkan DITKIE mencari narasumber yang memang ahli dan kompeten di bidangnya, itu merupakan kriteria DITKIE dalam mencari narasumber, hambatan dalam perencanaan ini yaitu jadwal narasumber yang memang terkadang suka berubah atau sulit untuk menyesuaikan dengan jadwal Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini, misalnya vodcast ingin

berjalan pada setiap hari kamis, tapi narasumber yang memang sudah dilock atau dihubungi untuk hari kamis tersebut sudah memiliki jadwal yang padat, atau bahkan perubahan jadwal yang memang suka tiba-tiba. Tahap ini juga dilakukan pemberian arahan yang dilakukan oleh para Key Informan kepada tim yang dapat peneliti simpulkan dengan bahwa pada sebelum produksi seperti memberikan brifing, mencari tema-tema untuk dibahas, konfirmasi narasumber, lalu teknis seperti cek audio, kamera master, gradding lighting, lalu pada saat sedang produksi seperti melakukan monitoring pada saat live streaming, terkait pertanayaan audiens, lalu kebutuhan narasumber pada saat vodcast berlangsung, memberikan brifing kepada Host terkait apa yang boleh dan tidak dilakukan seperti batasannya menjadi Host. Dan pembahasan selanjutnya yaitu terkait kerjasama yang dilakukan oleh Tim Produksi Vodcast Waktu Indonesia Berencana dengan pihak luar bisa disimpulkan bahwa vodcast ini melakukan kerjasama dengan KOMINFO yang dimana konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana akan tayang pada DPR TV atau Government TV, Mahaka Group, MNC Group, dan Radio-radio Kompas Group.

Pelaksanaan

Cangara (2017:) mengemukakan bahwa tahap pelaksanaan merupakan eksekusi dari hasil perencanaan komunikasi yang sudah dibuat. Dalam hal ini pada tahap pelaksanaan yang berkaitan dengan media dan konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini, peneliti dapat menyimpulkan Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN bahwa melakukan tahap pelaksanaan disini pada tim produksi memiliki peran dan tugasnya masing-masing seperti Gesang selaku penanggung jawab Vodcast Waktu Indonesia Berencana, approval brief dan kegiatan monitoring, Elly selaku PIC membuat brief, menghubungi narasumber, koordinasi teknis, mengatur jalannya vodcast, menyiapkan pertanyaan sesi tanya jawab, dan setting studio,. Lalu Sungkono pemelihara bahan promosi dan membantu koordinasi, kemudian ada Sella Aranti calon arsiparis, menyiapkan pertanyaan, memantau kondisi siaran back up koordinasi, dan dokumen, ada tim teknis Vodcast Waktu Indonesia Berencana seperti teknis siaran vodcast di studio di aplikasi radio, setting studio dan membuat desain promosi, dan penyiar waktu indonesia berencana atau host yaitu memeriksa pertanyaan untuk sesi tanya jawab, promosi di media sosial Be Indonesia Radio, memantau kondisi siaran di youtube dan aplikasi radio. Serta inovasi dan keunggulan pada media vodcast ini yaitu berjalan melalui dua platform secara bersamaan yaitu youtube dan juga radio digital milik BKKBN, serta narasumber yang dihadrikan memang kompeten dan ahli di bidangnya.

Dan tahapan pelaksanaan konten vodcast waktu indonesia peneliti bisa menyimpulkan DITKIE bahwa program vodcast masuk dalam jenis Talkshow, lalu berjalan secara live streaming dan radio, kemudian pada saat pelaksanaan pembuatan konten waktu yang dihabiskan yaitu 1 jam untuk live streaming dan dan untuk tapping bisa sampai 1 jam lebih.

Pengukuran

Cangara (2017) mengemukakan bahwa measure atau evaluasi untuk mengetahui hasil dari perencanaan komunikasi yang sudah dilaksanakan, seperti apakah pesan mudah dipahami oleh target komunikasi, apakah target komunikasi menerima dan mengerti informasi yang diberikan. Dalam hal ini pada tahap evaluasi yang dimana untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan berkaitan dengan media dan konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini, peneliti dapat menyimpulkan Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN bahwa melakukan evaluasi di setiap tayangan dan juga melakukan evaluasi secara real time, mulai dari tahap sebelum proses produksi, tahapan produksi, dan sampai closing acara vodcast selesai, dalam mengukur keberhasilan secara teknis program vodcast, tim produksi melihat dari hasil analitic youtube seperti berapa viewnya, like dan juga share, kemudian peneliti melakukan pengukuran secara eksternal yaitu melalui subyek penelitian atau Informan Tambahan untuk melihat keberhasilannya sesuai dengan penjelasan Informan dan peneliti menyimpulkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan narasumber Vodcast Waktu Indonesia Berencana mudah dipahami, Informan sangat terbantu dengan adanya Vodcast Waktu Indonesia Berencana dengan informasi pencegahan *Stunting*nya, lalu bahasa yang disampaikan mudah dipahami oleh orang awam, satu dari 3 Informan memang ada yang sudah mengetahui terkait informasi tentang *Stunting*, dan Informan akan mencoba menerapkan perilaku guna mencegah bahayanya *Stunting*, lalu semua Informan juga setuju dan sangat terbantu dengan adanya Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini.

Pelaporan

Cangara (2017) mengemukakan kegiatan atau tahap akhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang berisikan dari tahap penelitian hingga evaluasi dalam bentuk laporan atau dokumen. Dalam hal ini pada tahap pelaporan yang dimana ini merupakan tahap akhir kegiatan berkaitan dengan media dan konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN melakukan pembuatan media vodcast sudah mulai dari bulan oktober 2021 hingga sampai saat ini konsisten melakukan kegiatan Vodcast Waktu Indonesia Berencana. Dan pada tahap report pelaporan konten Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini terdapat laporan berupa tulisan (dokumen) dan lisan, baik disampaikan secara verbal maupun nonverbal. Untuk pengiriman laporan pada program vodcast ini yaitu mulai dari Elly dan tim produksi melakukan pembuatan laporan tertulis yang kemudian dikirimkan kepada penanggung jawab Vodcast Waktu Indonesia Berencana yaitu Gesang, pada bagian ini laporan yang diberikan kepada penanggung jawab berguna untuk melihat progres dari seluruh kegiatan yang sudah dilakukan mulai dari perencanaan vodcast, lalu tema, narasumber, jadwal pelaksanaan, dan berguna untuk perbaikan pada tema episode berikutnya. Kemudian dari Gesang laporan tersebut dikirimkan kepada Koordinator Media Lini Atas yaitu Ratna, Kemudian dikirimkan kepada Direktur Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN, dan hingga akhirnya sampai kepada Kepala BKKBN, data yang diberikan tersebut hanya untuk mengetahui seperti apa pelaksanaan vodcast yang sudah dijalankan.

Hambatan Perencanaan Strategi Komunikasi Pencegahan *Stunting* Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN Pada Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana

Hambatan pada setiap program dan kegiatan pasti saja akan terjadi, walaupun seseorang atau tim yang didalamnya sudah merencanakan dan meminimalisir, pasti tetap akan terjadi walau kecil. Hambatan yang terjadi di program Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini memang masuk dalam tahap pelaporan yang dimana peneliti simpulkan bahwa kendala atau hambatan yang didapat yaitu mulai dari jadwal narasumber ahli yang memang sulit disesuaikan dengan jadwal vodcast, dan juga pertanyaan negatif dan provokatif dari audiens pada saat live streaming, dan tindak lanjut yang sudah dilakukan yaitu seperti segera menyiapkan opsi narasumber lainnnya atau memajukan tema yang akan dibahas pada episode selanjutnya, dan untuk pertanyaan yang negatif dan provokatif tim produksi menyiapkan orang yang berasal dari dewan masjid guna menjawab pertanyaan yang memang hanya bisa dijawab oleh orang yang memiliki ahli dalam bidangnya.

Analisis Teori Adopsi Inovasi Pada Tahapan Evaluasi Model Perencanaan Strategi Komunikasi Lima Langkah

Kemudian dalam tahapan evaluasi ini peneliti juga memakai teori adopsi inovasi yang dikemukakan oleh rogers pada tahap adopsi inovasi ini merupakan suatu kegiatan yang bersangkutan dengan proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi beberapa faktor. Pada adopsi inovasi ini juga proses mulai dari pengetahuan individu tentang suatu inovasi lalu membentuk suatu sikap terhadap inovasi itu, sampai mencoba memutuskan untuk menolak atau menerima, lalu menjalankan ide-ide baru dan melakukan keputusan akhir terhadap inovasi tersebut.

Dalam hal adopsi inovasi ini, setelah melalui tahapan pra lapangan dan juga wawancara dengan key Informan dan Informan, bisa peneliti simpulkan bahwa Vodcast Waktu Indonesia Berencana dan juga informasi terkait pencegahan *Stunting* merupakan suatu ide atau inovasi yang baru di masyarakat luas, yang biasanya Video Podcast berjalan pada dunia entertainment seperti artis-artis dalam negeri maupun luar negeri, namun Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini memiliki ciri khas dan suatu yang baru.

Dalam hasil adopsi inovasi yang juga memiliki lima tahap atau fase, bisa peneliti simpulkan bahwa pada fase kesadaran subyek atau Informan Tambahan menjadi lebih tau dan sadar mengenai informasi pencegahan *Stunting*, serta menjadi lebih peduli dan aware terhadap informasi yang diberikan melalui Vodcast Waktu Indonesia Berencana ini, lalu tahap kedua yaitu keinginan, peneliti menyimpulkan bahwa informasi yang diberikan oleh Vodcast Waktu Indonesia Berencana sangat baik, menarik dan juga tertarik untuk mendukung program pencegahan *Stunting* ini, lalu tahap ketiga yaitu evaluasi dimana proses pengambilan keputusan bahwa semua Informan menerima informasi terkait pencegahan *Stunting* dan juga menjadi lebih mengerti dampak yang ditimbulkan oleh *Stunting*. Lalu fase atau tahap keempat yaitu mencoba, dimana peneliti menyimpulkan Informan akan mencoba untuk

menerapkan perilaku pencegahan *Stunting* pada anak, diri sendiri, lingkungan sekitar, dengan memberikan asupan nutrisi yang cukup, Lalu fase terakhir merupakan tahapan adopsi yang peneliti menyimpulkan bahwa Informan yakin akan menerapkan perilaku pencegahan *Stunting* ini.

Peneliti memakai fase adopsi inovasi ini karena peneliti juga memakai model perencanaan strategi komunikasi lima langkah yaitu, penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran/evaluasi dan pelaporan. Tahap adopsi inovasi ini masuk ke dalam salah satu tahap di model tersebut yaitu pengukuran/evaluasi.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan juga hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mengenai Perencanaan Strategi Komunikasi Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN dalam melakukan Pencegahan *Stunting* melalui Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana, maka peneliti memperoleh kesimpulan mengenai penelitian ini sebagai berikut: (1) Perencanaan Strategi Komunikasi Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN dalam mengimplementasikan program Vodcast Waktu Indonesia Berencana 10 melakukan semua tahap pada Komunikasi Lima Langkah, yaitu Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Pengukuran/Evaluasi dan Pelaporan yang secara keseluruhan sudah dilaksanakan oleh Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN; (2) Tujuan program vodcast untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat khususnya, Ibu Hamil, Calon Pengantin, BKKBN Provinsi, dan Juga Orang Tua, terkait pemahaman pencegahan sehingga aware dengan bahayanya *Stunting* pada program Vodcast Waktu Indonesia Berencana. Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN; (3) Program Vodcast Waktu Indonesia Berencana juga melakukan penyebaran informasi secara bersamaan melalui 2 platform yaitu pertama melakukan komunikasi dua arah dengan para audiens melalui YouTube Official BKKBN, sehingga masyarakat dapat melakukan konsultasi secara langsung. Dan yang kedua melakukan penyiaran pada aplikasi radio digital, Be Indonesia Radio; (4) Program Vodcast juga memanfaatkan sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Tiktok dalam menyebarluaskan informasinya serta melakukan kerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (KOMINFO), Mahaka Group, Radio Kompas, dan MNC Group untuk menyebarluaskan konten video Vodcast Waktu Indonesia Berencanan; (5) Informasi pencegahan *Stunting* yang disampaikan oleh Narasumber pada program Vodcast Waktu Indonesia Berencana, dinilai oleh Informan mudah dipahami, sangat informatif dan membuat Informan melakukan fase adopsi inovasi informasi pencegahan *Stunting*, yaitu Awareness, Interest, Evaluation, Trial, Adoption yang dimana fase adopsi inovasi tersebut masuk dalam tahapan pengukura/evaluasi di model perencanaan strategi komunikasi lima langkah; (6) Hambatan yang dihadapi oleh Direktorat Komunikasi, Informasi, dan Edukasi BKKBN dalam Vodcast Waktu Indonesia Berencana yaitu sulit menyesuaikan jadwal narasumber ahli yang sudah ditetapkan oleh Tim Vodcast Waktu Indonesia Berencana, dan pertanyaan yang mengandung provokatif dan negatif.

Daftar Pustaka

Abdussamad, H. Z., & SIK, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428

ADPIN BKKBN.(2021). Indonesia Cegah *Stunting* https://www.BKKBN.go.id/berita-indonesia-cegah-*Stunting*#:~:text=Apa%20sih%20*Stunting*%20itu%3F,dari%20standar%20tinggi%20balita%20seumurnya diakses pada 17 November 2022.

Ali Nurdin. (2013). Strategi komunikasi dalam sosialisasi pembangunan jembatan Selat Sunda di Propinsi Banten dan Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(2), 183. http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/356

Allifiansyah, S. (2018). Podcast dan Teori Uses & Gratifications. Academia. edu.

Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Raja Grafindo Persada.

Creswell, J. W., & Kualitatif, P. (2014). Kuantitatif dan Mixed. Edisi Ketiga. PUSTAKA PELAJAR, YOGYAKARTA.

Desa, K., Tertinggal, P. D., & Indonesia, T. R. (2017). Buku saku desa dalam penanganan *Stunting*. Jakarta: Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia.

Effendy, Onong Uchjana. (2015). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). Metode

Penelitian Kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 1-161.

Moekahar, F. (2021). Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis: Strategi Komunikasi dan Perencanaan Strategi.

Moleong, J. Lexy, Prof. Dr., 2013, Metode Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakaya. Bandung.

Mukarom, Z. (2020). Teori-Teori Komunikasi.

Mulyana, D. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya).

Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. Solo: Cakra Books, 1(1), 3-4.

Nurdin, A. (2013). Strategi komunikasi dalam sosialisasi pembangunan jembatan Selat Sunda di Propinsi Banten dan Lampung. Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(2), 183-206.

Peraturan.bpk.go.id. (2021).Percepatan Penurunan *Stunting* https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/174964/perpres-no-72-tahun- 2021diakses pada tanggal 15 November 2022.

PUTRI, I. D. A. H. (2013). Difusi Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Politik Indonesia. Communication, 4(2).

Raharjo, T. B., & Kartika, T. (2019). Komunikasi sosial dan pembangunan. *Katalog Dalam Terbitan (KDT)*, 70. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/JAP/article/viewFile/19239/18790

Siswati, T. (2018). *Tri Siswati. Stunting. Yogyakarta. Husada Mandiri. 2018*.

Sucin, S., & Utami, L. S. S. (2020). Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui Podcast. Koneksi, 4(2), 235-242.

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. PT Remaja Rosdakarya.

Tasruddin, R., & Astrid, F. (2021). Efektivitas Industri Media Penyiaran Modern "Podcast" di Era New Media. Al-MUNZIR, 14(2), 211-230.

UNICEF/WHO/WORLD BANK. (2021). Levels and trends in child malnutrition UNICEF / WHO / World Bank Group Joint Child Malnutrition Estimates Key findings of the 2021 edition. *World Health Organization*, 1–32.https://www.who.int/publications/i/item/9789240025257

Wijaya, I. S. (2015). 428-Article Text-1096-1-10-20160423. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan*, *XVIII*(VOL 17, NO 1 JUNI (2015): LENTERA), 53–61. https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428

Wirman, W., Yazid, T. P., & Nurjanah, N. (2017). Model Perencanaan Komunikasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) Pt Chevron Pacific Indonesia. Jurnal Komunikasi, 11(2), 123-134.

World Health Organization. (2021). Levels and trends in child malnutrition: UNICEF.

Yin, R. K. (2008). Studi Kasus: Desain dan Metode, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 29.