

## ***ANALYSIS OF MEANING IN THE ADVERTISING VIDEO ILM PENCEGAHAN STUNTING 60 DETIK ON YOUTUBE MINISTRY OF HEALTH REPUBLIC OF INDONESIA***

## **ANALISIS MAKNA DALAM VIDEO IKLAN ILM PENCEGAHAN STUNTING 60 DETIK PADA YOUTUBE KEMENTERIAN KESEHATAN RI**

**Nadia Itona Siregar**

Universitas Dian Nuswantoro

[nadia.itonasiregar@dsn.dinus.ac.id](mailto:nadia.itonasiregar@dsn.dinus.ac.id)

---

### **Article Informations**

*Keywords:*

*Indonesian Ministry of Health,  
Public service announcements,  
Roland Barthes,  
Semiotic Analysis,  
YouTube*

---

### **ABSTRACT**

*Stunting is a global problem that continues to occur. From 2012 to 2022 the percentage of children under 5 years old affected by stunting in Indonesia is still in the high category. Most Indonesians do not understand the term stunting well, so education is needed for the community. Public service advertisements are one of the steps in educating the public massively. One is a public service advertisement by the Ministry of Health's YouTube account entitled ILM Pencegahan Stunting 60 Detik. This study aims to determine the meaning of public service advertisements through the Ministry of Health's YouTube channel titled ILM Pencegahan Stunting 60 Detik. The theories used in this research are mass communication theory and Roland Barthes's semiotic analysis. The research method used is the Roland Barthes semiotic method. The results showed that the meaning of the public service advertisement ILM Pencegahan Stunting 60 Detik is related to the role and participation of a father in assisting pregnant women and parenting children, where preventing stunting in infants and children requires cooperation between fathers and mothers. Furthermore, the video also tries to educate the public regarding myths circulating in Indonesia.*

---

### **Informasi Artikel**

*Kata Kunci:*

*Analisis Semiotika,  
Iklan Layanan Masyarakat,  
Kementerian Kesehatan RI,  
Roland Barthes,  
YouTube*

---

### **ABSTRAK**

*Stunting adalah permasalahan global yang hingga saat ini masih terus terjadi. Sejak tahun 2012 sampai tahun 2022 presentase anak dibawah 5 tahun yang terkena stunting di Indonesia masih dalam kategori tinggi. Masyarakat Indonesia sebagian besar belum memahami dengan baik istilah stunting sehingga diperlukannya edukasi kepada masyarakat. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu langkah dalam mengedukasi masyarakat secara massif. Salah satunya iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh akun YouTube Kementerian Kesehatan RI yang berjudul ILM Pencegahan Stunting 60 Detik. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui makna yang muncul pada iklan layanan masyarakat melalui channel YouTube Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI dengan judul ILM Pencegahan Stunting 60 Detik. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa dan analisis semiotika Roland Barthes. Metode penelitian yang digunakan adalah metode semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna yang ada pada iklan layanan masyarakat ILM Pencegahan Stunting 60 Detik berkaitan dengan peran dan partisipasi seorang ayah dalam pendampingan ibu hamil serta pola asuh anak, dimana untuk mencegah stunting pada bayi dan anak diperlukannya kerja sama antara ayah dan ibu. Lebih lanjut, dalam video tersebut juga mencoba memberikan edukasi kepada masyarakat terkait mitos-mitos yang masih beredar di Indonesia.*

Submisi 16/08/2023

Diterima 31/08/2023

Dipublikasikan 03/09/2023

DOI <https://doi.org/10.22487/ejk.v10i2.991>

## PENDAHULUAN

Generasi muda yang sehat merupakan salah komponen utama dalam pembangunan dan perkembangan bangsa Indonesia. Generasi muda yang sehat tentunya terbentuk sejak dini yang dimulai dari usia balita hingga usia remaja. Akan tetapi, persiapan sumber daya manusia yang unggul dan tangguh tersebut memiliki tantangan besar dalam beberapa kurun waktu terakhir. Salah satu tantangan tersebut adalah banyaknya terjadi kasus *stunting* baik didunia maupun di Indonesia. Maka, kasus *stunting* merupakan permasalahan global yang harus segera ditangani. *Stunting* merupakan dampak negatif dari terjadinya gizi buruk selama dalam masa kandungan dan anak usia dini. Anak-anak yang mengalami *stunting* kemungkinan besar tidak akan pernah mencapai tinggi badan yang maksimal dan otak mereka tidak dapat berkembang secara maksimal, sehingga ketika hidup mereka dimulai dari kondisi yang buruk maka akan konsekuensinya akan berlanjut hingga mereka dewasa (United Nations Children's Fund (UNICEF) et al., 2023).

Meskipun kasus *stunting* beberapa dekade terus menurun selama beberapa dekade terakhir dimana pada tahun 2022 terdapat 148,1 juta atau sekitar 22,3 persen anak di bawah usia 5 tahun yang terkena dampak di seluruh dunia. Hampir semua anak yang terkena dampak berada di wilayah Asia sebanyak 52 persen dari pangsa global, dan Afrika 43 persen dari pangsa dunia (United Nations Children's Fund (UNICEF) et al., 2023). Pada tahun 2020 Indonesia masuk dalam prevalensi penderita *stunting* usia balita di Kawasan Asia Tenggara tertinggi ke 2 setelah Timor Leste. Tingkat prevalensi *stunting* usia balita mencapai 31,8 persen pada tahun 2020 (Naurah, 2023). Lebih lanjut, menurut data yang dikutip dari United Nations Children's Fund (UNICEF) et al. (2023) sejak tahun 2012 hingga tahun 2022 Indonesia masih dalam kategori presentase anak dibawah 5 tahun yang terkena *stunting* masih dalam kategori tinggi. Akan tetapi, meskipun masih dalam kategori tinggi, kasus *stunting* di Indonesia mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan dari hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2022 dimana prevalensi angka *stunting* di Indonesia pada tahun 2021 yaitu 24,4% turun menjadi 21,6% pada tahun 2022 (Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan (BKPK), 2023). Meskipun telah terjadi penurunan kasus *stunting* namun angka tersebut masih tergolong tinggi karena standar yang diberikan oleh WHO harus dibawah 20%, sehingga pemerintah Indonesia terus melakukan segala upaya dalam mencapai target 14% pada tahun 2024.

Masyarakat Indonesia sebagian besar belum memahami dengan baik istilah *stunting*. Kondisi tinggi anak yang pendek seringkali dianggap sebagai factor keturunan atau genetic oleh para orang tua, sehingga masyarakat Indonesia banyak yang hanya menerima apa adanya tanpa berbuat apa-apa demi mencegahnya kekerdilan. Lebih lanjut, genetika merupakan faktor paling kecil yang memengaruhi kesehatan apabila dibandingkan dengan faktor-faktor diluar masalah kesehata seperti perilaku, degradasi lingkungan (sosial, ekonomi, budaya, dan politik), kurangnya pemberdayaan perempuan, dan pelayanan kesehatan (P2PTM Kemenkes RI, 2018). Faktor diluar Kesehatan merupakan faktor yang dapat dicegah melalui pemberian informasi dan sosialisasi kepada masyarakat. Dua penyebab langsung terjadinya *stunting* adalah faktor penyakit dan asupan zat gizi. Faktor tersebut berhubungan sangat erat dengan faktor pola asuh, akses terhadap makanan, akses terhadap layanan kesehatan dan sanitasi lingkungan, dimana dasar dari permasalahan tersebut berdasar pada unit individu dan rumah tangga seperti tingkat pendidikan dan pendapatan rumah tangga. Lebih lanjut, berdasarkan hasil penelitian bahwa ditemukan hubungan yang erat antara tingkat pendidikan seorang ibu dengan status gizi anak (Rahayu et al., 2018).

Perubahan pola pikir, dan perilaku pada masyarakat Indonesia khususnya para orang tua terkait pemenuhan asupan gizi, pola asuh anak, akses layanan Kesehatan dan sanitasi lingkungan yang baik dapat dilakukan dengan cara memberikan edukasi melalui iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat terutama melalui *platform* Youtube menjadi salah satu alternatif pemerintah dalam menyebarkan informasi agar lebih efektif. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa dalam penyebaran pesan. Iklan layanan masyarakat adalah iklan nonkomersial yang mencoba untuk mengubah sikap dan perilaku publik melalui peningkatan kesadaran tentang isu-isu yang lebih spesifik menggunakan alat tradisional dan baru untuk mempublikasikan isu yang relevan dengan kepentingan publik (Klimes Dougan & Lee, 2010 dikutip oleh Inci et al., 2017). Lebih lanjut, iklan layanan masyarakat saat ini sudah banyak disiarkan di media baru seperti YouTube sebagai media periklanan alternatif untuk menjangkau audiens lebih luas dan para audiens muda. Salah satu kementerian yang sangat berkaitan dalam mengatasi permasalahan *stunting* adalah Kementerian Kesehatan RI. Kementerian Kesehatan RI melalui iklan layanan masyarakat berusaha untuk mengedukasi masyarakat dengan informasi-informasi khususnya tentang *stunting* yang dikemas kedalam konten video dan diunggah ke YouTube.

Pesan yang diterima oleh masyarakat melalui audio visual jauh lebih efektif dibandingkan dengan hanya menyebarkan informasi melalui sebuah tulisan dan kata-kata saja. Pada sebuah iklan layanan masyarakat dalam bentuk video, masyarakat dapat melihat gambar, simbol-simbol yang muncul serta suara yang dapat menudukung pemahaman masyarakat tentang *stunting*. Pemahaman masyarakat mengenai makna iklan layanan masyarakat dapat dikaji melalui analisis semiotika. Periklanan dalam konteks semiotika dapat diamati sebagai upaya penyampaian pesan dengan menggunakan seperangkat fitur dalam suatu sistem (Saussure, 1996 dikutip oleh Agustia & Subratha, 2021). Lebih lanjut, Agustia & Subratha (2021) menjelaskan bahwa dalam semiotika sosial, iklan dapat diamati dan diciptakan berdasarkan ikatan antara penanda dan petanda yang merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan untuk mewakili pesan yang ingin disampaikan oleh pengiklan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tanda verbal dan visual dalam iklan sangat penting untuk menyebarkan pesan iklan dan juga untuk menarik perhatian pembaca (Wahyuni et al., 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tanda verbal dan visual dalam iklan sangat penting untuk menyebarkan pesan iklan dan juga untuk menarik perhatian pembaca (Wahyuni et al., 2022). Lebih lanjut, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih & Hakim, 2022) menunjukkan bahwa iklan tidak hanya menjadi upaya pencegahan, namun iklan juga menjadi sumber informasi tentang dampak negatif yang disebabkan oleh narkoba termasuk efek sosial, kesehatan mental dan fisik yang dapat mengakibatkan kematian. Berdasarkan uraian diatas maka pada penelitian ini, peneliti mengkaji makna yang muncul pada iklan layanan masyarakat melalui *channel* YouTube Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI dengan judul *ILM Pencegahan Stunting 60 Detik*.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Iklan Layanan Masyarakat sebagai Komunikasi Massa**

Komunikasi massa dalam arti luas adalah kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa baik cetak maupun digital dengan *feedback* sebagai bentuk umpan balik. Komunikasi massa dalam arti sempit merupakan komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak (Kustiawan et al., 2022). Media massa merupakan ciri pembeda antar bentuk komunikasi lainnya. Iklan

layanan masyarakat adalah salah satu bentuk dari komunikasi massa yang pada perubahan sosial yang positif. Menurut Lisdayanti et al., (2020), iklan layanan masyarakat adalah bagian dari kampanye pemasaran sosial yang bertujuan untuk menjual ide atau gagasan untuk kepentingan atau layanan kepada masyarakat. Lebih lanjut, pesan dalam iklan layanan masyarakat berupa ajakan, pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan untuk kepentingan umum atau mengubah perilaku yang buruk menjadi lebih baik. Selaras dengan Kuang & Jin (2021) menjelaskan bahwa iklan layanan masyarakat dibuat untuk menyebarluaskan dan menjelaskan berbagai macam isu yang muncul dalam perkembangan peradaban masyarakat, membimbing masyarakat untuk memperhatikan isu sosial tertentu, dan mengubah sikap dan pandangan masyarakat terhadap isu kesejahteraan masyarakat tersebut yang bersifat non-komersial.

Iklan layanan masyarakat dirancang untuk membuat publik atau khalayak tertentu lebih sadar akan suatu masalah atau epidemi dan mengarahkan mereka untuk membuat perubahan atau mengambil tindakan, dan disebarluaskan melalui saluran media massa sehingga efektif dalam mempromosikan perubahan sosial (Rafferty Weiss Media, 2023) Sehingga secara umum tujuan dari iklan layanan masyarakat adalah untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu sosial yang penting dan mendorong orang untuk mengambil tindakan untuk mengatasinya. Menurut Kuang & Jin (2021) terdapat beberapa komponen dalam iklan layanan masyarakat yang merupakan faktor penting dalam keberhasilan iklan salah satu yang paling penting adalah pada komponen pesan. Pesan yang disampaikan harus jelas, ringkas, dan mudah dipahami. Selain itu, komponen lain adalah bagaimana khalayak sasaran yang ingin di tuju, khalayak sasaran harus dapat diidentifikasi dan dianalisis secara hati-hati untuk memastikan bahwa pesan dikomunikasikan secara efektif kepada sasaran. Selanjutnya, komponen lainnya adalah penggunaan saluran media yang digunakan dalam menyampaikan pesan harus dipilih berdasarkan target audiens dan pesan yang disampaikan. Pada akhirnya iklan layanan masyarakat akan lebih efektif jika dilakukan pengulangan dan frekuensi paparan pesan yang tinggi.

### **Analisis Semiotika Roland Barthes**

Semiotika sering juga disebut dengan semiology yang merupakan studi tentang tanda dan simbol beserta interpretasinya. Semiotika merupakan bidang kajian yang mengkaji bagaimana makna diciptakan dan dikomunikasikan melalui sistem tanda termasuk bahasa, simbol, gambar, gerak tubuh, dan objek. Lebih lanjut, bidang studi ini dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Roland Barthes dan Umberto Eco dengan mengeksplorasi hubungan antara tanda dan penandanya (Jadou & Ghabra, 2021). Hampir semua kata adalah simbol, dan tentu semuanya berkaitan dengan tanda (baik dalam bentuk lisan maupun tulisan), maka dalam hal ini studi tentang tanda merupakan hal penting dalam disiplin ilmu komunikasi. Tanpa melalui kemampuan suara untuk menyampaikan informasi dalam hal ini yaitu kata-kata yang beroperasi sebagai simbol sehingga tidak mungkin bagi komunikasi dapat menguraikan kata-kata sebagai informasi (Leeds-Hurwitz, 2009). Lebih lanjut, semiotika merupakan salah satu dari tujuh tradisi dari teori komunikasi yang merupakan studi tentang tanda. Teori semiotika mengkonseptualisasikan komunikasi sebagai sebuah proses yang berkaitan pada sistem tanda (termasuk bahasa dan semua jenis kode non-verbal) untuk dapat berbagi makna melintasi celah antara sudut pandang subyektif (Craig, 2009).



Gambar 1. *Two levels of signification from Roland Barthes*

Pada Gambar 1 menunjukkan gambaran sistem dari teori konsep dari Roland Barthes menghubungkan sarana tanda yang konkret seperti teks dan gambar dengan “mitos” sosial atau ideologi yang diartikulasikan. Konsep kunci dalam teori semiotika dari Roland Barthes adalah berkaitan dengan perbedaan antara denotasi dan konotasi. Denotasi merujuk pada makna literal atau makna yang ada di permukaan dari sebuah tanda, sedangkan konotasi mengacu pada makna yang diasosiasikan pada budaya yang dibawah oleh sebuah tanda dengan kata lain konotasi dikaitkan dengan makna budaya yang lebih luas. Menurut Barthes tanda memiliki banyak lapisan makna dan memahami konotasi tanda sangat penting untuk menafsirkan signifikasi budayanya. Konsep kunci lain dalam teori Barthes adalah gagasannya tentang mitos. Barthes berpendapat bahwa mitos adalah bentuk komunikasi yang menaturalisasi dan memperkuat ideologi dan nilai budaya yang dominan. Mitos beroperasi dengan mengubah fakta sejarah dan sosial menjadi kebenaran yang bersifat abadi dan universal (Jadou & Ghabra, 2021).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi, deskripsi, perbandingan, analisis pola, pengujian teori, Pembangunan teori atau evaluasi (Bazeley & Jackson, 2013 dikutip oleh (Priyatni et al., 2020). Pada penelitian ini analisis data menggunakan metode semiotika dari Roland Barthes dengan mengamati denotasi, konotasi, dan mitos. Semiotika sebagai metode penelitian berusaha mengkaji makna yang tersembunyi dalam sebuah tanda/symbol yang terdapat pada teks, iklan, maupun berita (Fadillah & Sounvada, 2020). Penelitian ini menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes karena sesuai dengan iklan yang diusung oleh Kementerian Kesehatan RI terutama dalam memahami pesan baik secara tersirat maupun secara tertulis dan menterjemahkan makna-makna terkait mitos dalam merawat dan mengasuh anak dalam masyarakat Indonesia.



Objek dalam penelitian ini adalah video iklan layanan masyarakat yang berjudul “ILM Pencegahan Stunting 60 Detik” dimana konten video ini merupakan satu-satunya konten video yang memberikan ilustrasi peran kedua orang tua dalam pola asuh anak. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui teknik dokumentasi setiap *scene* yang ada pada iklan layanan masyarakat pada akun media YouTube Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI. Data sekunder diperoleh melalui kajian literatur dimana mengumpulkan literatur ilmiah seperti buku, jurnal penelitian, artikel berita, dan website-website resmi yang masih relevan dengan topik penelitian.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Roland Barthes, denotasi adalah merujuk pada makna literal atau makna yang ada di permukaan dari sebuah tanda, sedangkan konotasi mengacu pada makna yang

diasosiasikan pada budaya yang dibawah oleh sebuah tanda dengan kata lain konotasi dikaitkan dengan makna budaya yang lebih luas. Sementara itu, mitos adalah bentuk komunikasi yang menaturalisasi dan memperkuat ideologi dan nilai budaya yang dominan. Berikut adalah temuan denotasi, konotasi, dan mitos yang ada pada iklan layanan masyarakat berjudul “ILM Pencegahan Stunting 60 Detik” pada akun media YouTube Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI.

Tabel 1. Hasil temuan denotasi, konotasi, dan mitos pada iklan layanan masyarakat YouTube Kementerian Kesehatan RI

Shoot	Potongan Gambar	Keterangan
1		Shoot adegan pertama disertai dengan <i>voice over</i> anak kecil dengan dialog “ehemm... ini idolaku”.
	<p>Denotasi: Seorang anak SD sedang berdiri di depan kelas sambil memulai bercerita kepada teman-teman sekelas tentang idolanya</p> <p>Konotasi: Secara visual, gambaran yang ditampilkan menandakan seorang anak SD yang berdiri didepan kelas dengan mengacungkan tangan menunjuk angka satu yang menandakan bahwa anak tersebut dengan bangga dan percaya diri membagikan cerita tentang idolanya. Di samping itu, secara audio dimana terdengar suara “Ehemm... ini idolaku” hal ini menandakan bawah setiap individu dari usia anak-anak hingga dewasa mengidolakan sosok tertentu dalam kehidupan.</p> <p>Mitos: Anak-anak suka meniru idolanya terutama orang terdekat yaitu orang tua</p>	
2		Shoot adegan kedua disertai dengan <i>voice over</i> anak kecil dengan dialog “Idolaku yang pertama adalah ayah”.

Shoot	Potongan Gambar	Keterangan
	<p>Denotasi: Seorang ibu hamil sedang meminum pil dengan di bantu oleh suaminya.</p> <p>Konotasi: Secara visual, gambaran yang ditampilkan bahwa seorang suami yang sedang mendampingi istri yang meminum obat. Peran ayah selama proses kehamilan dan persalinan merupakan bentuk dukungan kepada ibu hamil sehingga ibu hamil tidak gampang stress. Di samping itu, secara audio dimana terdengar suara “Idolaku yang pertama adalah ayah”, hal ini menandakan bahwa anak mengidolakan sosok atau <i>figure</i> terdekat yaitu orang tua. Sehingga segala yang dilakukan oleh orang tua, disaksikan dan akan ditiru oleh anak secara langsung.</p> <p>Mitos: Ibu hamil sangat rentan sehingga membutuhkan moral support dari suami.</p>	
3		<p>Shoot adegan ketiga disertai dengan <i>voice over</i> anak kecil dengan dialog “Ayah selalu memastikan gizi aku terpenuhi”.</p>
	<p>Denotasi: Seorang ibu hamil yang meminum pil tablet tambah darah.</p> <p>Konotasi: Secara visual, gambaran yang ditampilkan menandakan bahwa seorang ibu hamil sedang meminum tablet tambah darah (TTD) hal ini menandakan bahwa kebutuhan ibu hamil berbeda dengan kebutuhan seorang wanita yang tidak mengandung, sehingga ibu hamil perlu menambah asupan gizi dan zat besi. Kebutuhan zat besi untuk wanita hamil mencapai 800 mg zat besi setiap harinya, yang terdiri dari 500 mg yang dibutuhkan untuk menambah massa hemoglobin maternal seorang ibu, dan sisanya untuk tumbuh kembang janin. Mengonsumsi TTD dapat memenuhi kebutuhan zat besi ibu hamil. Di samping itu, secara audio dimana terdengar suara “Ayah selalu memastikan gizi aku terpenuhi”. Hal ini menandakan bahwa seorang ayah juga bertanggung jawab atas tumbuh kembang anak sejak didalam kandungan hingga anak usia remaja. Pendampingan dari suami selama proses kehamilan tidak dapat tergantikan oleh tenaga medis karena ibu hamil adalah wanita rentan. Gizi</p>	

Shoot	Potongan Gambar	Keterangan
-------	-----------------	------------

Mitos: Mengonsumsi tablet tambah darah (TTD) akan membuat produksi darah ibu melebihi kapasitas sehingga memengaruhi ukuran janin.

4



Shoot adegan keempat disertai dengan *voice over* anak kecil dengan dialog “ayah menjagaku sepanjang waktu, mendampingi ibu memeriksakan kesehatan ku ke bu bidan. Bahkan sejak aku masih di dalam perut.”

Denotasi: Seorang ibu hamil sedang melakukan USG kehamilan memeriksakan kandungannya ke bidan teratur.

Konotasi: Secara visual, gambaran yang ditampilkan menandakan bahwa ibu hamil dan janinnya dalam kondisi rentan sehingga pemeriksaan dilakukan untuk menghindari kecemasan akan kondisi yang menyimpang pada ibu hamil dan janin. Disamping itu, pada video disertakan juga secara tertulis bahwa “Bumil teratur periksa kehamilan 6 kali” hal ini selaras dengan anjuran para Dokter mengenai pemeriksaan *Antenatal Care* (ANC) seperti yang digambarkan dalam video tersebut pada kehamilan normal minimal dilakukan sebanyak 6 kali yang terdiri dari 2 kali di Trimester 1, 1 kali di Trimester 2, dan 3 kali di Trimester 3. Lebih lanjut, dengan *background* dari *voice over* yaitu “ayah menjagaku sepanjang waktu, mendampingi ibu memeriksakan kesehatan ku ke bu bidan. Bahkan sejak aku masih di dalam perut” hal ini menandakan bahwa model *parenting* saat ini *the co-parent father*, dimana ayah seharusnya terlibat dalam proses pengasuhan sebagai bagian dari hubungan relasi egaliter antara suami dan istri.

Mitos: Ayah sebagai pelindung keluarga.



**Shoot Potongan Gambar****Keterangan**

5



Shoot adegan kelima disertai dengan *voice over* anak kecil dengan dialog “Kalau ibu, yang paling mengerti asupan gizi yang aku butuhkan”.

Denotasi: Seorang istri sedang menggendong bayinya didampingi suaminya dengan wajah yang terlihat gembira.

Konotasi: Secara visual, gambaran yang ditampilkan menandakan bahwa seorang istri sedang duduk dan menggendong bayinya ditemani dengan sang suami dengan tangan yang memegang istrinya dan bayi yang sedang digendong, hal ini menandakan bahwa peran seorang suami menjadi pelindung keluarganya dan memberikan kenyamanan pada keluarga. Disamping itu, pada tampilan visual dituliskan bahwa “Asi Eksklusif 6 bulan & Inisiasi Menyusu Dini” hal ini menandakan bahwa pemberian Asi eksklusif selama 6 bulan sangat berperan penting dalam keterjaminan pertumbuhan perkembangan bayi dan kebutuhan nutrisi pada bayi terpenuhi secara optimal. Secara audio, pada video diatas juga disertai dengan *voice over* anak kecil dengan dialog “Kalau ibu, yang paling mengerti asupan gizi yang aku butuhkan”. Hal ini menandakan bahwa peran ibu sangat berarti dalam hal menentukan pola makan anak sehingga gizi anak atau balita juga tergantung pada seorang ibu.

Mitos: Asi saja tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan gizi di usia 6 bulan pertama


6

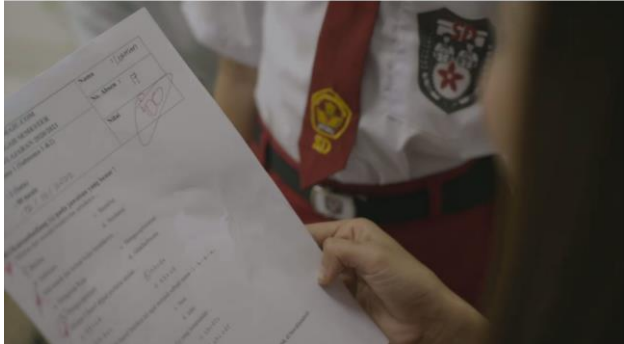


Shoot adegan keenam disertai dengan *voice over* anak kecil dengan dialog “urusan makanan ibu jagonya, masakan ibu semua enak, itu yang bikin aku selalu sehat.”

Denotasi: Seorang ibu sedang menyuapi anaknya makan.

Konotasi: Secara visual, gambar yang ditampilkan memperlihatkan bahwa terdapat telur utuh pada piring makan

Shoot	Potongan Gambar	Keterangan
7	<p>si anak, hal ini menandakan bahwa telur adalah salah satu sumber makanan yang kaya akan protein hewani yang mudah didapatkan oleh semua kalangan masyarakat. Masyarakat dari kalangan bawah hingga menengah ke atas dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan protein anak dengan harga yang terjangkau. Pemenuhan protein pada anak tidak selalu merujuk pada daging dan ikan tetapi dengan biaya yang lebih terjangkau para orang tua sudah bisa memberikan yang terbaik untuk anak. Secara audio, pada video diatas juga disertai dengan <i>voice over</i> anak kecil dengan dialog “urusan makanan ibu jagonya, masakan ibu semua enak, itu yang bikin aku selalu sehat”, hal ini menandakan bahwa peran seorang ibu sangat besar pada area domestik. Pada masyarakat Indonesia, pada umumnya area domestik masih di dominasi oleh peran istri/ibu dimana tugas seorang istri/ibu adalah menyiapkan keperluan dirumah termasuk mengurus pola makan keluarga.</p> <p>Mitos: Tidak baik memberikan menu telur setiap hari pada bayi dan balita.</p>  <p>Denotasi: Sepasang suami istri sedang mengantarkan anaknya ke posyandu untuk pemeriksaan setiap bulan</p> <p>Konotasi: Secara visual, gambar yang ditampilkan memperlihatkan bahwa peran mengurus dan menjaga anak merupakan tugas dan kewajiban kedua orang tua. Peran dan keterlibatan seorang ayah dalam rumah tangga kian terus bergeser, dimana pada awalnya peran mengurus rumah tangga dan anak hanya dilakukan oleh peran ibu maka saat ini seiring perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya keterlibatan peran ayah dalam rumah tangga khususnya mengurus anak kian besar dengan istilah <i>modern fatherhood</i>. Hal ini juga didukung juga oleh <i>background</i> yang ada pada video tersebut yaitu “Ibu dan ayah selalu bersama sama menjagaku sepanjang waktu”, dimana memperkuat bahwa kedua orang tua memiliki proporsi yang sama dalam proses tumbuh kembang anak.</p> <p>Mitos: Ayah tidak tahu cara merawat anak</p>	<p>Shoot adegan ketujuh disertai dengan <i>voice over</i> anak kecil dengan dialog “Ibu dan ayah selalu bersama sama menjagaku sepanjang waktu”.</p>

Shoot	Potongan Gambar	Keterangan
8		Shoot adegan kedelapan disertai dengan <i>voice over</i> anak kecil dengan dialog “Pinter kan Lukman”.
Denotasi: Seorang anak SD menunjukkan nilai 100 pada hasil ujiannya kepada orang tuanya.		
Konotasi: Secara visual, tampilan gambar tersebut menandakan bahwa anak yang terpenuhi gizinya maka pertumbuhan dan perkembangan kemampuan berpikirnya sangat baik.		
Mitos: Kecerdasan anak hanya ditentukan oleh faktor genetik.		

Terjadinya *stunting* di Indonesia disebabkan tidak hanya terjadi karena faktor kesehatan namun penyebab paling banyak terjadi juga diluar faktor kesehatan seperti faktor sosial, ekonomi dan budaya. Pada video iklan layanan masyarakat tentang *stunting* yang disiarkan pada kanal YouTube Kementerian Kesehatan RI terdapat beberapa mitos yang dicoba dihilangkan untuk mencegah terjadinya *stunting*. Peran orang tua sangat berarti dalam pencegahan kasus *stunting*, khususnya peran suami yang dituntut untuk dapat berpartisipasi dalam merawat ibu hamil dan janin. Lebih lanjut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Estuningtyas & Lestari (2020) menjelaskan bahwa peran serta dukungan dari suami mampu mendukung keberhasilan ibu hamil dalam menjalani proses kehamilan hingga melahirkan. Bentuk dukungan tersebut bisa berupa dukungan secara instrumental, emosional, dan pengetahuan. Menurut Zahra & Suryaningsih (2022) berdasarkan hasil penelitiannya bahwa melibatkan laki-laki selama proses kehamilan dapat meningkatkan kesehatan ibu, hal ini dapat dijadikan strategi dalam mengurangi angka kesakitan dan kematian pada ibu dan bayi. Hal ini ditekankan juga pada video iklan layanan masyarakat pada akun YouTube Kementerian Kesehatan RI dimana digambarkan secara visual peran ayah dalam memastikan ibu meminum obat Tablet Tambah Darah, menemani anak dan ibu ke posyandu serta didukung dengan suara *background* dari sang anak bahwa “ayah menjagaku sepanjang waktu, mendampingi ibu memeriksakan kesehatan ku ke bu bidan. Bahkan sejak aku masih di dalam perut”.

Peran seorang ayah juga disampaikan pada iklan layanan masyarakat tersebut bahwa peran ayah memastikan agar gizi anak terpenuhi. Menurut Sari (2022), seorang ayah memiliki peranan penting dalam pemenuhan gizi dan kenyamanan lingkungan, sebagai pendukung utama bagi ibu selama hamil dan menyusui. Dukungan dari seorang ayah bisa dalam bentuk menumbuhkan kesadaran dalam sebuah keluarga dalam mengenali gejala *stunting*, menyediakan akses informasi mengenai *stunting* kepada si ibu. Sehingga kerjasama antara ibu dan ayah dalam pencegahan kasus *stunting* bisa berjalan lebih mudah. Pada pesan yang disampaikan oleh Kementrian Kesehatan RI, ada beberapa

hal yang disampaikan berkaitan dengan mitos dan realitas masyarakat Indonesia terkait peran fungsi keluarga dalam mencegah *stunting*, seperti relasi hubungan antara laki-laki dan perempuan dalam mengelola kehidupan berumah tangga sehingga bisa mencegah *stunting*. Pada masyarakat Indonesia tanggung jawab gizi dan pengasuhan anak saat masih dianggap hanya menjadi tupoksi perempuan, sedangkan laki-laki tidak dilatih untuk memahami hal tersebut. Hal ini berdampak pada pola pengasuhan anak karena para ayah menjadi tidak memahami dan mengalihkan pengasuhan anak kepada si ibu (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa perlunya *co-parent father* dimana diperlukannya peningkatan partisipasi ayah dalam pelindung keluarga dan pendukung utama ibu selama proses hamil, melahirkan dan menyusui.

Selain permasalahan terkait relasi gender dalam pola asuh anak yang diangkat dalam video iklan layanan masyarakat Kementerian Kesehatan RI, pesan yang disampaikan secara visual juga berkaitan dengan beberapa mitos yang beredar di Indonesia seperti: Asi saja tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan gizi di usia 6 bulan pertama, mengonsumsi tablet tambah darah (TTD) akan membuat produksi darah ibu melebihi kapasitas sehingga memengaruhi ukuran janin, tidak baik memberikan menu telur setiap hari pada bayi dan balita, kecerdasan anak hanya ditentukan oleh faktor genetik. Disamping itu, pada video iklan layanan masyarakat tersebut juga ditampilkan kembali peran posyandu dalam meningkatkan kesehatan ibu dan anak. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Aswadi *et al.* (2018) peran ibu dalam memanfaatkan posyandu sangat kurang, tidak ada inisiatif sendiri dalam mendatangi posyandu untuk memeriksa bayinya, sehingga perlu adanya sosialisasi terkait pentingnya pemeriksaan bayi di posyandu. Padahal peranan kader posyandu dalam pemberian penyuluhan dan konsultasi masalah gizi anak sangatlah penting dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan orang tua (dalam hal ini tidak hanya ibu tetapi juga ayah) dalam mencegah terjadinya *stunting*. Kader posyandu adalah penyampai pesan yang utama kepada masyarakat khususnya para orang tua, dengan kata lain kader posyandu sebagai penghubung antara program-program yang dijalankan oleh pemerintah dan masyarakat. Maka, dalam video iklan layanan masyarakat Kementerian Kesehatan RI, pesan tersebut disampaikan melalui tampilan tulisan dalam video dimana menghimbau untuk datang ke posyandu setiap bulan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan diatas maka dapat disimpulkan bahwa realitas yang ada di masyarakat terkait permasalahan yang menyangkut *stunting* dapat terlihat dari visualisasi dan audio yang ada pada iklan layanan masyarakat dengan judul “*ILM Pencegahan Stunting 60 Detik*”. Makna yang muncul pada iklan layanan masyarakat “*ILM Pencegahan Stunting 60 Detik*” berkaitan dengan peran dan partisipasi seorang ayah dalam pendampingan ibu hamil serta pola asuh anak, dimana untuk mencegah terjadinya *stunting* pada bayi dan anak partisipasi ayah sangat dibutuhkan. Disamping itu, terjadi relasi egaliter dalam hubungan suami istri sehingga ada peningkatan peran suami dalam menjaga anak. Lebih lanjut, dalam video tersebut juga mencoba memberikan edukasi kepada masyarakat terkait mitos-mitos yang masih beredar di Indonesia.

**REFERENSI**

- Agustia, K. T. S., & Subratha, H. F. A. (2021). Social Semiotic In Covid-19 Public Services Advertisement. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 5(2), 43–49. <https://doi.org/10.22225/kulturistik.5.2.3395>
- Aswadi, Syahrir, S., & Adha, S. A. (2018). Perilaku Ibu Terhadap Pemanfaatan Posyandu Balita Di Wilayah Kerja Puskesmas Tarakan Kecamatan Wajo Kota Makassar. *Al-Sihah : Public Health Science Journal*, 10(1), 12–25.
- Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan (BKPK). (2023, January 25). *Angka Stunting Tahun 2022 Turun Menjadi 21,6 Persen*. Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan (BKPK). <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/angka-stunting-tahun-2022-turun-menjadi-216-persen/>
- Craig, R. T. (2009). *Traditions of Communication Theory*. In S. W. Littlejohn & K. A. Foss (Eds.), *Encyclopedia of Communication Theory* (1st ed., pp. 1–1105).
- Estuningtyas, A., & Lestari, P. (2020). Peran Serta Suami Dalam Menjalani Proses Kehamilan Pada Ibu Hamil: Systematic Review. *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan Masyarakat*, 121–137.
- Fadillah, N., & Sounvada, S. N. (2020). Analisis Semiotika Iklan Wardah Cerita “Kita Tak Sendiri” Episode 4. *Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(03), 201–214.
- Inci, B., Sancar, O., & Bostanci, S. H. (2017). Usage of health-themed public service announcements as a social marketing communication tool: A content analysis related to public service announcements in the republic of Turkey, ministry of health’s web site. *Marketing and Branding Research*, 4(2), 148–168. <https://doi.org/10.33844/mbr.2017.60370>
- Jadou, S. H., & Ghabra, I. M. M. M. Al. (2021). Barthes’ Semiotic Theory and Interpretation of Signs. *International Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 11(3), 470–482. <https://doi.org/10.37648/ijrssh.v11i03.027>
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2021, June 29). *Cegah Stunting, Libatkan Ayah dalam Proses Pengasuhan Anak*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/3260/cegah-stunting-libatkan-ayah-dalam-proses-pengasuhan-anak>
- Kuang, X., & Jin, S. (2021). Analysis of Public Service Advertisement’s Creation of Fashion Brand Image. *SHS Web of Conferences*, 96, 1–8. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219601008>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, S. N., & Nurhayati. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1–9. <https://www.researchgate.net.ac.id>
- Leeds-Hurwitz, W. (2009). Semiotics and Semiology. In S. Littlejohn & K. A. Foss (Eds.), *Communication Theory Encyclopedia* (pp. 1–1105). SAGE Publications, Inc.
- Lidayanti, A., Dewi, T. A., Setiawati, D., Utari, J. H., & Afriani, D. (2020). The Role of Public Service Advertisements in Improving Decisions to Follow Health Protocol Compliance when Visiting Mall During Pandemic. *Solid State Technology*, 63(4), 4251–4256. [www.solidstatetechnology.us](http://www.solidstatetechnology.us)
- Naurah, N. (2023, March 25). *Prevalensi Stunting di Asia Tenggara Tinggi, Bagaimana dengan Kondisi di Indonesia?* GoodStats. <https://goodstats.id/article/prevalensi-stunting-di-asia-tenggara-tinggi-bagaimana-dengan-kondisi-di-indonesia-BN9dm>
- Ningsih, S. F., & Hakim, L. (2022). Analisis Semiotika Iklan Layanan Pencegahan Narkoba. *Journal of Strategic Communication*, 13(1), 50–61.

- P2PTM Kemenkes RI. (2018, April 10). *Cegah Stunting dengan Perbaikan Pola Makan, Pola Asuh dan Sanitasi*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <https://p2ptm.kemkes.go.id/tag/cegah-stunting-dengan-perbaikan-pola-makan-pola-asuh-dan-sanitasi>
- Priyatni, E. T., Suryani, A. W., Fachrunnisa, R., Supriyanto, A., & Zakaria, I. (2020). *Pemanfaatan NVIVO dalam Penelitian Kualitatif: NVIVO untuk Kajian Pustaka, Analisis Data, dan Triangulasi*. Pusat Pendidikan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M).
- Rafferty Weiss Media. (2023, June 13). *Why Psas Work And Why They Don't: Best Examples Of Psa*. Rafferty Weiss Media. <https://raffertyweiss.com/why-psas-work-and-why-they-dont/>
- Rahayu, A., Yulidasari, F., Putri, A. O., & Anggraini, L. (2018). *Study Guide-Stunting Dan Upaya Pencegahannya* (Hadianor, Ed.; 1st ed.). CV Mine.
- Sari, E. P. (2022, February 17). *Mengapa Peran Ayah Penting untuk Cegah Stunting?* Kumparan.Com. <https://kumparan.com/eka-puspita-sari-1632533839925560582/mengapa-peran-ayah-penting-untuk-cegah-stunting-1xWOBYuvz3v/4>
- United Nations Children's Fund (UNICEF), World Health Organization (WHO), International Bank for Reconstruction and Development, & The World Bank. (2023). *Levels and Trends in Child Malnutrition: UNICEF / WHO / World Bank Group Joint Child Malnutrition Estimates: Key findings of the 2023 edition*. (Edition 2023). UNICEF and WHO. CC BY-NC-SA 3.0 IGO
- Wahyuni, N. M. S., Sulatra, I. K., & Pratiwi, D. P. E. (2022). A Semiotic Analysis of Public Service Advertisements. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.51715/husocpument.v2i2.113>
- Zahra, T., & Suryaningsih, E. K. (2022). Peran Suami Pada Masa Kehamilan. *Jurnal Kesehatan*, 13(2), 248–257. <https://doi.org/10.35730/jk.v13i2.706>