



Pendekatan Komunikasi dalam Program Bimbingan Perkawinan sebagai Upaya Pencegahan Stunting

Evi Zulfiana^{1*}, Nora Rahmanindar²

^{1,2} Universitas Harkat Negeri, Indonesia

* Penulis Korespondensi: evi.zulfiana33@gmail.com

Abstract. *The high rate of stunting in 2025 in the Labaksu sub-district prompted the government to involve the Office of Religious Affairs (KUA) in stunting prevention efforts. This is based on the view that the process of forming a family is closely related to childbearing, so the KUA was revitalized to include stunting issues in marriage guidance materials. This study aims to examine the communication strategies used in the marriage guidance program to prevent stunting in the Labaksu sub-district. The method used is qualitative descriptive, with data collected through in-depth interviews with six informants, consisting of three guidance facilitators, one health officer, and two program participants. The study's findings indicate that the communication strategy in the marriage guidance program for stunting prevention refers to Lasswell's theory, emphasizing the role of a competent communicator, namely a certified facilitator. The material presented covers topics on reproductive health and the development of outstanding generations, delivered in an educational and persuasive manner. The media used include modules and direct delivery by facilitators. The target of the program is prospective couples who have registered at the KUA. The impact of this program is an increase in the knowledge of prospective brides and grooms regarding the importance of preparing for a healthy family.*

Keywords: *Communication Strategy; Marriage Guidance; Prevention Efforts; Religious Affairs Office; Stunting.*

Abstrak. Banyaknya angka stunting pada tahun 2025 di kecamatan labaksu mendorong pemerintah untuk melibatkan KUA dalam upaya penanggulangan stunting. Hal ini dilandasi oleh pandangan bahwa proses pembentukan keluarga sangat berkaitan dengan kelahiran anak, sehingga KUA direvitalisasi untuk memasukkan isu stunting ke dalam materi bimbingan perkawinan. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi komunikasi yang digunakan dalam program bimbingan perkawinan guna mencegah stunting di Kecamatan labaksu. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap enam informan, yang terdiri dari tiga fasilitator bimbingan, seorang petugas kesehatan, dan dua peserta program. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam program bimbingan perkawinan untuk pencegahan stunting mengacu pada teori Laswell, dengan penekanan pada peran komunikator yang kompeten, yaitu fasilitator bersertifikat. Materi yang disampaikan mencakup topik kesehatan reproduksi dan pembentukan generasi unggul, disajikan secara edukatif dan persuasif. Media yang digunakan meliputi modul dan penyampaian langsung dari fasilitator. Sasaran program adalah pasangan calon pengantin yang telah mendaftar di KUA. Dampak dari program ini adalah peningkatan pengetahuan calon pengantin terkait pentingnya persiapan keluarga sehat.

Kata kunci: Bimbingan Perkawinan; KUA; Strategi Komunikasi; *Stunting*; Upaya Pencegahan.

1. LATAR BELAKANG

Kualitas sumber daya manusia Indonesia di masa depan sangat ditentukan oleh tingkat produktivitas dan kualitas individu sejak usia dini, termasuk kondisi fisik dan kecerdasan anak. Namun, data WHO menyebutkan bahwa sekitar 178 juta anak di bawah usia lima tahun mengalami hambatan pertumbuhan akibat stunting (Kemenkes, 2018). Stunting adalah kondisi gangguan pertumbuhan yang membuat anak tampak lebih pendek dibandingkan teman sebayanya, disebabkan oleh kurangnya asupan nutrisi yang optimal. Kondisi ini merupakan masalah serius bagi pertumbuhan anak di Indonesia, termasuk di Kecamatan labaksu, Jawa Tengah. Salah satu faktor utama penyebab stunting adalah pernikahan usia dini. pernikahan di

usia muda menyebabkan kurangnya kemampuan orang tua dalam mengasuh anak, terutama dalam memenuhi gizi sejak masa kehamilan. (Media Center, 2022).

Sebagai bentuk intervensi, Pemerintah Kecamatan lebaksiu melalui KUA mengadakan program bimbingan perkawinan sebagai upaya meningkatkan kesadaran calon pengantin terhadap isu stunting serta mendukung amanat Perpres No. 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting.

Dalam merancang program semacam ini, strategi komunikasi menjadi hal penting untuk memastikan pesan dapat dipahami dengan baik. Komunikasi yang efektif mencakup pemilihan media, metode penyampaian, serta gaya komunikasi yang sesuai (Chotijah, 2018; Liliweri, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi komunikasi KUA dalam menyosialisasikan isu stunting melalui program bimbingan perkawinan.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Alo Liliweri. (2018) Penelitian ini membahas strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kementerian Agama Kota Bengkulu dalam mencegah stunting melalui bimbingan perkawinan kepada calon pengantin. Hasil studi menunjukkan pentingnya peran fasilitator yang kompeten dan pendekatan komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan pencegahan stunting.

Chotijah (2018) Studi ini mengkaji strategi komunikasi kader Posyandu dalam upaya perubahan perilaku keluarga (ibu) untuk penurunan stunting di Desa Ramaya, Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang. Penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pemahaman dan perilaku ibu terkait pencegahan stunting.

Arindah Nur Sartika, Afrinia Eka Sari, Tri Marta Fadhilah, Guntari Prasetya, & Mujahidil Aslam. (2019) Penelitian ini mengeksplorasi peningkatan perilaku ibu dalam penanganan stunting melalui metode komunikasi terapeutik. Hasilnya menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang empatik dan suportif dapat meningkatkan pengetahuan dan tindakan ibu dalam mencegah stunting.

Hafied Cangara (2022) Penelitian ini meneliti strategi komunikasi program Keluarga Berencana (KB) Dinas PPKB PPPA dalam upaya penurunan stunting di Kecamatan Sidoharjo, Kabupaten Sragen. Studi ini menekankan pentingnya koordinasi antar pihak terkait dan penggunaan media komunikasi yang tepat sasaran dalam menyampaikan pesan pencegahan stunting.

Haryanti, S., Besti,), Simbolon, R., Sianturi, G., Darma, U., & Medan, A. (2022) Penelitian ini membahas strategi komunikasi pencegahan stunting melalui program BKKBN di Kecamatan Gunung Jati, Kabupaten Cirebon. Hasil studi menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi berbasis komunitas dan partisipatif efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pencegahan stunting.

Kementrian Kesehatan. (2018, January 26) Studi ini mengkaji komunikasi pembangunan berbasis kearifan lokal dalam penanggulangan stunting oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Batubara. Penelitian ini menyoroti pentingnya integrasi nilai-nilai lokal dalam strategi komunikasi untuk meningkatkan efektivitas program pencegahan stunting.

M Arif Efendi. (2022, March 11) Dokumen ini menyajikan panduan teknis penyusunan kebijakan daerah tentang komunikasi perubahan perilaku untuk percepatan pencegahan stunting. Panduan ini memberikan kerangka kerja bagi pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi yang efektif dalam pencegahan stunting.

Maidar, R. Z. H. S. (2022) Penelitian ini menekankan pentingnya kemampuan dan daya tarik komunikator dalam keberhasilan sosialisasi program. Kompetensi fasilitator dalam menyampaikan materi secara menarik dan mudah dipahami peserta menjadi kunci dalam efektivitas komunikasi program.

Media Center. (2022, February 3) Studi ini mengungkapkan bahwa keberhasilan penyampaian pesan sangat bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan oleh komunikator, pola komunikasi yang diterapkan, model serta bentuk komunikasi yang mencakup sikap, perilaku, kredibilitas komunikator, dan juga audiens yang menjadi sasaran komunikasi.

Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., & Ulfa, S. (2022) Dalam bukunya, Cagara menjelaskan bahwa pendekatan dorongan motivasi (motivational appeal) bertujuan untuk membangkitkan pengaruh psikologis sehingga audiens dapat menerima dan mengikuti pesan yang diberikan. Pesan ini biasanya bersifat umum, namun didukung oleh pesan yang lebih spesifik dan mendalam.

Ni'matul Khusna, A., Erawan, E., & Arsyad, A. W. (2018) Penelitian ini menekankan pentingnya penyusunan pesan yang menggunakan pendekatan dorongan motivasi untuk membangkitkan pengaruh psikologis sehingga audiens dapat menerima dan mengikuti pesan yang diberikan.

Nisa' (2021) Studi ini membahas pentingnya penggunaan media pendukung dalam pelaksanaan program bimbingan perkawinan agar kegiatan berjalan efektif. Sosialisasi atau

penyuluhan yang dilakukan secara formal harus mengikuti pola komunikasi yang terstruktur dengan baik.

Mulyadi et al. (2022) Penelitian ini menyoroti pentingnya penyusunan pesan yang menggunakan pendekatan dorongan motivasi untuk membangkitkan pengaruh psikologis sehingga audiens dapat menerima dan mengikuti pesan yang diberikan.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020) Dokumen ini menyajikan panduan teknis penyusunan kebijakan daerah tentang komunikasi perubahan perilaku untuk percepatan pencegahan stunting. Panduan ini memberikan kerangka kerja bagi pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi yang efektif dalam pencegahan stunting.

3. METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat rancangan penelitian meliputi disain penelitian, populasi/ sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup merujuk ke referensi acuan (misalnya: rumus uji-F, uji-t, dll). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup dengan mengungkapkan hasil pengujian dan interpretasinya. Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi merupakan perpaduan dari berbagai unsur komunikasi seperti komunikator, isi pesan, media penyampaian, hingga bagaimana pengaruh yang ditimbulkan pada penerima, dengan tujuan untuk mencapai efektivitas komunikasi secara maksimal menjelaskan bahwa strategi komunikasi mencakup unsur-unsur seperti siapa yang menyampaikan pesan, tujuan dari penyampaian tersebut, isi pesan yang disampaikan, metode penyampaian yang digunakan, serta bagaimana cara mengevaluasi dampak dari komunikasi yang dilakukan. Pemahaman ini sejalan dengan model komunikasi Laswell yang merumuskan komunikasi dalam lima elemen utama: siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, kepada siapa, melalui saluran apa, dan dampaknya seperti apa. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Komunikator

Strategi komunikasi yang diterapkan dalam pelaksanaan program bimbingan perkawinan terkait stunting harus disusun sedemikian rupa agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh para peserta program. Salah satu faktor penting dalam keberhasilan

sosialisasi program adalah kemampuan dan daya tarik komunikator (Susanti, 2015). Dalam hal ini KUA menyediakan fasilitator yang kompeten, yang memiliki keahlian di bidang kesehatan untuk menyampaikan materi terkait stunting. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari fasilitator pembimbing FP(40) sebagai berikut:

“Tiga materi pertama dalam bimbingan meliputi (1) perencanaan perkawinan untuk mencapai keluarga sakinah, (2) pengelolaan dinamika dalam perkawinan dan keluarga, serta (3) pemenuhan kebutuhan keluarga, yang disampaikan oleh Tim Bimbingan dari KUA. Sedangkan tiga materi lainnya disampaikan oleh narasumber mitra, yaitu materi tentang menjaga kesehatan reproduksi oleh narasumber Kesehatan setempat.

Pernyataan dari FP 2 (42) menambahkan bahwa salah satu syarat penting agar pesan dapat tersampaikan dengan baik adalah kemampuan komunikator yang sudah memiliki sertifikat. Pernyataan dari fasilitator pembimbing FP 2 (42) menjelaskan

“Kami pernah mengikuti pelatihan fasilitator selama empat hari, dimana kami diberikan pengetahuan sebagai fasilitator beserta silabus dan panduan, karena tugas kami sebagai fasilitator hanya memberikan stimulasi. Setelah itu kami mendapatkan sertifikat fasilitator.”

Peran komunikator dalam sebuah program juga dianggap sangat penting apabila komunikator mampu membawa perubahan. kredibilitas komunikator menjadi faktor utama dalam penyebaran informasi selama program berlangsung. Selain itu, komunikator juga harus memiliki daya tarik, yang ditunjukkan melalui penyampaian pesan yang nyaman, sopan, dan mampu menjalin kedekatan dengan komunikan. Hal ini sejalan dengan pernyataan peserta, (P1(22), yang menyampaikan:

“Beberapa pemateri mengajak peserta untuk langsung berpartisipasi dengan melakukan praktik serta aktif dalam materi yang disampaikan. Karena itu, saya pribadi merasa tertarik untuk mengikuti kegiatan ini. Cara penyampaian pemateri juga menyenangkan dan baik.

Dari pernyataan pemateri dan peserta tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikator dalam menyampaikan informasi telah memenuhi kriteria penting seperti kredibilitas, daya tarik, dan pengaruh dalam pelaksanaan strategi komunikasi program tersebut. Menurut Ushuluddin et al. keberhasilan penyampaian pesan sangat bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan oleh komunikator, pola komunikasi yang diterapkan, model serta bentuk komunikasi yang mencakup sikap, perilaku, kredibilitas komunikator, dan juga audiens yang menjadi sasaran komunikasi.

Memahami Audiens

Keberhasilan sebuah strategi komunikasi sangat bergantung pada tahap awal yaitu menentukan siapa audiensnya. Dalam proses komunikasi, terjadi interaksi aktif antara

komunikator dan komunikan, serta kemampuan untuk menggali informasi dari peserta bimbingan perkawinan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kepala KUA KK(48), yang mengatakan:

“Kebiasaan membaca masyarakat kita masih rendah, jadi kita perlu lebih banyak saling memberi dan menerima. Jadi, porsi antara tanya jawab dan penyampaian materi adalah 80% dan 20%.”

Komunikasi dinilai efektif jika pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan benar oleh penerima, sehingga bentuk pesan yang diterima sesuai dengan yang disampaikan. Pengenalan terhadap audiens selama bimbingan perkawinan terkait stunting menjadi pertimbangan penting dalam memengaruhi khalayak, sebagaimana disampaikan oleh peserta program, p 24

“Materi yang disampaikan menggunakan bahasa yang mudah kami pahami, sehingga kami mengerti pesan yang diberikan. Selain itu, penyampaian materi disertai contoh-contoh yang membuat kami cepat memahami.”

Pada tahap pengenalan audiens, beberapa indikator digunakan untuk menentukan karakteristik peserta bimbingan perkawinan terkait stunting. Penelitian ini menemukan bahwa peserta diklasifikasikan berdasarkan aspek sosiodemografis seperti usia, jenis kelamin, dan agama.

Menentukan Pesan

Pesan pencegahan stunting yang disampaikan oleh narasumber dari Kesehatan Kecamatan Lebaksiu dijelaskan oleh Kes I (38) sebagai berikut:

“Materi disampaikan dengan menggunakan lembar balik yang berisi berbagai topik sesuai kebutuhan. Misalnya, tentang ASI eksklusif, alat kontrasepsi, dan sebagainya, sehingga calon pengantin memahami dengan baik. Walaupun informasi sudah sering disebarkan, masih banyak yang belum mengerti secara tepat. Dari mini kuis yang kami lakukan, hanya sedikit yang mendapat nilai di atas 80 dari 247 pasangan”

Selain itu, penyusunan pesan juga menggunakan pendekatan dorongan motivasi (motivational appeal) yang menurut Cangara (2022) bertujuan untuk membangkitkan pengaruh psikologis sehingga audiens dapat menerima dan mengikuti pesan yang diberikan. Pesan ini biasanya bersifat umum, namun didukung oleh pesan yang lebih spesifik dan mendalam (Mulyadi et al., 2022). Meski pengaruh dorongan tersebut tidak langsung terlihat dalam waktu singkat, pesan yang disampaikan dengan motivasi yang kuat akan berdampak pada audiens.

Menentukan Metode

Metode yang digunakan dalam program bimbingan perkawinan adalah pertemuan klasikal dengan pendekatan andragogi. penyampaian pesan dalam program tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan: pertama, mengajak peserta untuk mengungkapkan pengalaman mereka dan memberikan tanggapan atas pengalaman tersebut; kedua, mendorong peserta untuk menganalisis dengan mencari pola dan hubungan sebab-akibat dari masalah yang dialami, seperti aturan, nilai, atau sistem yang menjadi akar persoalan; ketiga, membantu peserta menarik kesimpulan yang lebih utuh dan prinsip umum dari pengalaman tersebut; dan terakhir, mengajak peserta untuk merencanakan tindakan baru yang lebih baik berdasarkan pemahaman yang diperoleh, sehingga memungkinkan terciptanya perubahan nyata yang lebih positif.

Dari pernyataan kedua narasumber tersebut, metode ini dianggap sangat tepat untuk membimbing audiens selama proses bimbingan. Efektivitas metode ini juga terlihat dari respons audiens terhadap pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan.

konsep andragogi didasarkan pada empat asumsi utama: seseorang berkembang dari ketergantungan menuju kemandirian dalam belajar; proses pembelajaran lebih banyak dilakukan melalui praktik daripada ceramah; kesiapan belajar didasarkan pada motivasi internal, bukan paksaan; serta orientasi belajar berfokus pada pemecahan masalah kehidupan nyata.

Dari pernyataan peserta dan penyuluh, dapat disimpulkan bahwa metode yang digunakan selama ini dalam penyampaian pesan pada program bimbingan perkawinan memang mengadopsi pendekatan andragogi dengan pertemuan klasikal.

Seleksi dan Penggunaan Media

Dalam pelaksanaan program bimbingan perkawinan, penggunaan media pendukung sangat diperlukan agar kegiatan berjalan efektif. Sosialisasi atau penyuluhan yang dilakukan secara formal harus mengikuti pola komunikasi yang terstruktur dengan baik (Nisa', 2021). Setiap organisasi memerlukan media pendukung dalam proses komunikasinya. Salah satu media yang digunakan dalam kegiatan ini adalah modul buku yang diberikan kepada peserta. Selain itu, media pendukung lain yang dipakai selama bimbingan perkawinan terkait stunting menurut Ibu NBH (45) meliputi “ceramah, diskusi, tanya jawab, permainan, role playing, dan praktik langsung.

Berdasarkan wawancara dan pengamatan di lapangan, media pendamping yang digunakan selama kegiatan adalah modul serta informasi yang disampaikan secara lisan oleh para pemateri dan penyuluh.

Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Program Bimbingan Perkawinan terkait Stunting Faktor yang menjadikan pendukung dalam pelaksanaan program tentunya ketepatan sasaran pesan yang diberikan kepada khalayak telah sesuai. Namun, disamping itu terdapat beberapa faktor lain yang dapat mendukung terlaksananya suatu program yaitu adanya dukungan yang baik dari pemerintah.

Pada program bimbingan perkawinan ini dukungan pemerintah dan adanya kerja sama dengan stake holder yang terkait menjadikan pelaksanaan dari program dan penyampaian pesan dapat berlangsung dengan baik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi komunikasi dalam program bimbingan perkawinan untuk pencegahan stunting di Kabupaten Temanggung melibatkan beberapa unsur utama, yaitu komunikator, audiens, penyusunan pesan, metode, media, dan faktor pendukung. Komunikator yang kompeten dan bersertifikat, seperti penyuluh dari KUA dan tenaga kesehatan, berperan penting dalam menyampaikan materi secara menarik dan efektif sehingga mampu membawa perubahan pada peserta.

Pengenalan audiens dilakukan dengan menganalisis karakteristik sosiodemografis seperti usia, jenis kelamin, dan agama untuk menyesuaikan penyampaian pesan agar mudah dipahami dan diterima. Pesan disusun dengan teknik two side issues dan pendekatan motivasi agar audiens dapat aktif memahami dan mengikuti isi komunikasi.

Metode yang digunakan adalah pertemuan klasikal dengan pendekatan andragogi yang menekankan pengalaman peserta, analisis masalah, penarikan kesimpulan, dan perencanaan tindakan baru. Media pendukung meliputi modul, ceramah, diskusi, tanya jawab, permainan, serta praktik langsung yang memperkuat pemahaman peserta.

Dukungan pemerintah dan kerja sama dengan berbagai stakeholder menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan program ini, sehingga pesan yang disampaikan tepat sasaran dan efektif dalam membentuk perilaku peserta guna mencegah stunting.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada responden yang telah memberikan masukan, saran, dan bantuan teknis dalam penyusunan artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Alo Liliweri. (2018). *Komunikasi serba ada serba makna* (1st ed.). Kencana Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=MBZNDwAAQBAJ>
- Arindah, N. S., Sari, A. E., Fadhilah, T. M., Prasetya, G., & Aslam, M. (2019). Peningkatan pengetahuan terkait stunting pada calon pengantin di wilayah Bekasi. *Jurnal Mitra Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.47522/jmm.v1i2.16>
- Cangara, H. (2022). *Perencanaan dan strategi komunikasi* (3rd ed.). Rajawali Pers.
- Chotijah. (2018). Strategi komunikasi KPU Kabupaten Garut dalam sosialisasi Pemilu 2014 kepada kelompok disabilitas di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 4. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/>
- Efendi, M. A. (2022, March 11). *Menag: Bimbingan perkawinan, ikhtiar Kemenag cegah stunting*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://www.kemenag.go.id/read/menag-bimbingan-perkawinan-ikhtiar-kemenag-cegah-stunting>
- Fatimah, M., Saeni, R., & Israyanti. (2017). Strategi komunikasi dalam mengimplementasikan kegiatan simpan pinjam perempuan pada PNPM Mandiri Perdesaan. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 6(2). <https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5341>
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi penelitian: Penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus* (R. Ruslan & M. M. Effendi, Eds.; 1st ed.). Jejak Publisher.
- Haryanti, S., Besti, Simbolon, R., Sianturi, G., Darma, U., & Medan, A. (2022). Strategi komunikasi pemasaran UD. *Jurnal Social Opinion*, 7(2), 83–95. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/2323/2102>
- Kementerian Kesehatan. (2018, January 26). *Mengenal stunting dan gizi buruk: Penyebab, gejala, dan mencegah*. <https://promkes.kemkes.go.id/?p=8486>
- Khusna, N., Erawan, E., & Arsyad, A. W. (2018). Strategi komunikasi petugas penyuluhan pertanian dalam meningkatkan hasil komoditas tanaman padi pada kelompok tani Purwa Jaya Desa Sebakung Jaya Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 6(4), 299–313. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/11/Jurnal%20\(11-07-18-06-37-21\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/11/Jurnal%20(11-07-18-06-37-21).pdf)
- MagelangEkspres. (2022, October 8). *Kasus pernikahan dini di Temanggung naik 300 persen*. Himpunan Berita Temanggung.
- Maidar, R. Z. H. S. (2022). Edukasi calon pengantin berisiko untuk mencegah stunting di Kecamatan Lhoksukon Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Abdimas PHB*, 5(3). <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i3.3160>
- Media Center. (2022, February 3). *Temanggung menjadi percontohan penanganan stunting*. <https://mediacenter.temanggungkab.go.id/berita/detail/temanggung-menjadi-percontohan-penanganan-stunting>
- Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., & Ulfa, S. (2022). Strategi komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam kampanye nasional penurunan prevalensi stunting. *Interaksi Online*, 10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/33664>
- Nisa', K. (2021). Strategi komunikasi pembangunan pemerintah dalam sosialisasi program KB: Studi kasus Kabupaten Mojokerto. *Commercium*, 4(3), 158–166. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/43307>

- Putri, N. E., Hakim, N., & Yamin, M. (2016). Ecological footprint and biocapacity analysis for flooding prevention in South Sumatera. *Jurnal Mimbar*, 32(1), 58–64. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v32i1.1729>
- Rahmaniar, W., & Lestari, M. T. L. (2019). Strategi komunikasi dalam sosialisasi program literasi digital melalui media sosial Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika. *E-Proceeding of Management*, 6(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8625>
- Roberto, I., Kasnawi, T., Unde, A. A., Kependudukan, P. B., Berencana, K., Provinsi, N., & Selatan, S. (2016). Strategi komunikasi penyuluhan program KB vasektomi untuk masyarakat miskin perkotaan di Makassar. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 2(2). <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kritis>
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode penelitian pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Susanti, H. A. (2015). Strategi komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i4.75>
- Syauqina, L., & Ichsan, S. S. (2022). Strategi komunikasi tentang sosialisasi ekspor dan impor barang bawaan penumpang oleh Bea dan Cukai kepada penyedia layanan jasa titip. *Jurnal Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.52434/jk.v8i1.1292>
- Ushuluddin, F., Adab, D., Dakwah, I., Lhokseumawe, J., Medan-Banda, A., Alu, A., & Lhokseumawe, H. (2021). Komunikasi penyuluh Kemenag dalam mengantisipasi pernikahan dini di kalangan remaja Kecamatan Madat Kabupaten Aceh Timur. *JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 1(1). <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/jicoms/article/download/281/153/685>