

Kampanye Visual Antistunting Untuk Balita Melalui Infografis Instagram di Labuhan Batu

Nana Erika, Halimah Tusya'diah Harahap, Nadya Fitriani, Indah Kumala Dewi
Institut Teknologi dan Kesehatan Ika Bina. Kab. Labuhan Batu, Prov. Sumatera Utara

Corresponding Author: nanaerika1971@gmail.com halimah.tusyadiah1987@yahoo.com
ndyfitriani@gmail.com
indahkumaladewi37@gmail.com

Published: July, 2025

ABSTRAK

Stunting masih menjadi masalah kesehatan masyarakat serius di Indonesia, khususnya pada balita. Rendahnya pengetahuan ibu mengenai gizi, pola asuh, dan pencegahan stunting merupakan salah satu penyebab utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas kampanye visual antistunting melalui infografis Instagram terhadap peningkatan pengetahuan ibu balita di Kabupaten Labuhanbatu. Penelitian menggunakan metode pra-eksperimen dengan desain *one group pretest-posttest*. Sampel terdiri dari 100 ibu balita yang aktif menggunakan Instagram dan berdomisili di wilayah tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner online sebelum dan sesudah kampanye, serta data keterlibatan pengguna (*engagement*) seperti jumlah *like*, komentar, dan *share*. Hasil menunjukkan peningkatan rata-rata skor pengetahuan dari 56,4 (*pre-test*) menjadi 78,2 (*post-test*). Uji *t* berpasangan menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik ($p < 0,05$), yang mengindikasikan bahwa kampanye visual melalui infografis efektif dalam meningkatkan pemahaman ibu mengenai stunting. Tema infografis “Ciri-ciri Anak Stunting” dan “Menu MPASI Bergizi” memperoleh tingkat *engagement* tertinggi, menunjukkan bahwa konten yang bersifat aplikatif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari lebih diminati. Platform Instagram terbukti menjadi media edukasi yang efektif untuk menjangkau ibu muda yang merupakan pengguna aktif media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kampanye visual digital berbasis media sosial dapat menjadi strategi alternatif dalam edukasi kesehatan masyarakat, khususnya dalam pencegahan stunting pada balita.

Kata kunci: Stunting, Infografis, Instagram, Edukasi Kesehatan, Ibu Balita

ABSTRACT

Stunting remains a significant public health issue in Indonesia, especially among children under five. One of the main contributing factors is the low level of maternal knowledge regarding nutrition, parenting, and stunting prevention. This study aims to examine the effectiveness of an anti-stunting visual campaign using Instagram infographics in increasing maternal knowledge in Labuhanbatu Regency. The research employed a pre-experimental method with a *one-group pretest-posttest* design. The sample consisted of 100 mothers with children under five who actively use Instagram and reside in the area. Data were collected using online questionnaires administered before and after the campaign, along with user engagement metrics such as likes, comments, and shares. The findings revealed an increase in the average knowledge score from 56.4 (*pre-test*) to 78.2 (*post-test*). A paired *t*-test indicated a statistically significant difference ($p < 0.05$), suggesting that the visual campaign using infographics effectively improved maternal understanding of stunting. The infographics on “Signs of Stunted Children” and “Nutritious Complementary Feeding (MPASI)” received the highest engagement, indicating that practical and relatable content attracts more attention. Instagram proved to be an effective educational medium, especially for young mothers who are active social media users. This study concludes that social media-based visual campaigns can serve as an alternative strategy for public health education, particularly in efforts to prevent stunting in early childhood.

Keywords: Stunting, Infographics, Instagram, Health Education, Mothers.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Stunting merupakan salah satu masalah kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian serius di Indonesia. Menurut data dari Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2022, prevalensi stunting nasional mencapai 21,6%, masih jauh dari target penurunan yang ditetapkan pemerintah sebesar 14% pada tahun 2024. Stunting tidak hanya berdampak pada tinggi badan anak, tetapi juga berimplikasi jangka panjang terhadap perkembangan kognitif, kemampuan belajar, produktivitas di masa dewasa, hingga peningkatan risiko penyakit tidak menular. Stunting terjadi akibat kekurangan gizi kronis yang dialami sejak masa kehamilan hingga usia dua tahun (periode 1000 hari pertama kehidupan), dan diperparah oleh praktik pemberian makan yang salah, sanitasi yang buruk, serta kurangnya akses terhadap layanan kesehatan dasar. Kabupaten Labuhanbatu di Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah yang masih menghadapi tantangan signifikan dalam penanggulangan stunting. Berdasarkan laporan Dinas Kesehatan Labuhanbatu, angka stunting di daerah ini masih berada di atas rata-rata provinsi, dengan sejumlah kecamatan menunjukkan prevalensi yang mengkhawatirkan. Faktor penyebabnya beragam, mulai dari kurangnya pemahaman orang tua—terutama ibu—tentang pola asuh dan gizi yang tepat, rendahnya cakupan imunisasi dasar, hingga sanitasi yang belum memadai. Banyak ibu yang belum memahami pentingnya pemenuhan gizi seimbang dan stimulasi perkembangan anak pada usia dini. Oleh karena itu, edukasi menjadi komponen kunci dalam intervensi penurunan stunting, khususnya yang ditujukan kepada kelompok ibu balita.

Dalam konteks penyampaian informasi kesehatan, pendekatan konvensional seperti penyuluhan tatap muka, brosur, dan layanan posyandu kerap kali menemui kendala dalam menjangkau sasaran secara luas dan kontinu. Seiring berkembangnya era digital, penggunaan media sosial sebagai platform edukasi kesehatan semakin berkembang. Media sosial menawarkan kelebihan dari sisi jangkauan, kecepatan penyebaran informasi, dan interaktivitas dengan audiens. Salah satu platform yang paling populer di kalangan ibu muda saat ini adalah Instagram. Instagram memiliki basis pengguna yang besar dan bersifat visual, sehingga cocok digunakan untuk menyampaikan pesan kesehatan secara ringkas namun menarik.

Dalam upaya menyampaikan informasi yang kompleks seperti stunting, diperlukan media komunikasi yang efektif. Salah satu metode yang relevan adalah infografis. Infografis menggabungkan elemen teks, grafik, dan warna untuk menyajikan data atau pesan secara visual, ringkas, dan mudah dipahami. Infografis terbukti efektif dalam meningkatkan daya ingat dan pemahaman audiens, terutama dalam konteks literasi kesehatan. Ketika digunakan di media sosial seperti Instagram, infografis memiliki potensi besar untuk menarik perhatian pengguna dan

memotivasi perubahan perilaku, terutama jika dirancang dengan prinsip desain yang baik dan konten yang relevan dengan kebutuhan target audiens.

Studi terdahulu menunjukkan bahwa kampanye visual berbasis infografis dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang isu kesehatan. Namun, sebagian besar penelitian masih terbatas pada konteks kota besar atau populasi umum. Sedangkan penggunaan infografis digital untuk kampanye antistunting secara spesifik di daerah seperti Labuhanbatu masih minim diteliti. Selain itu, belum banyak kajian yang mengevaluasi efektivitas kampanye visual ini secara empiris, khususnya melalui pendekatan *pre-test* dan *post-test* dalam mengukur perubahan pengetahuan audiens.

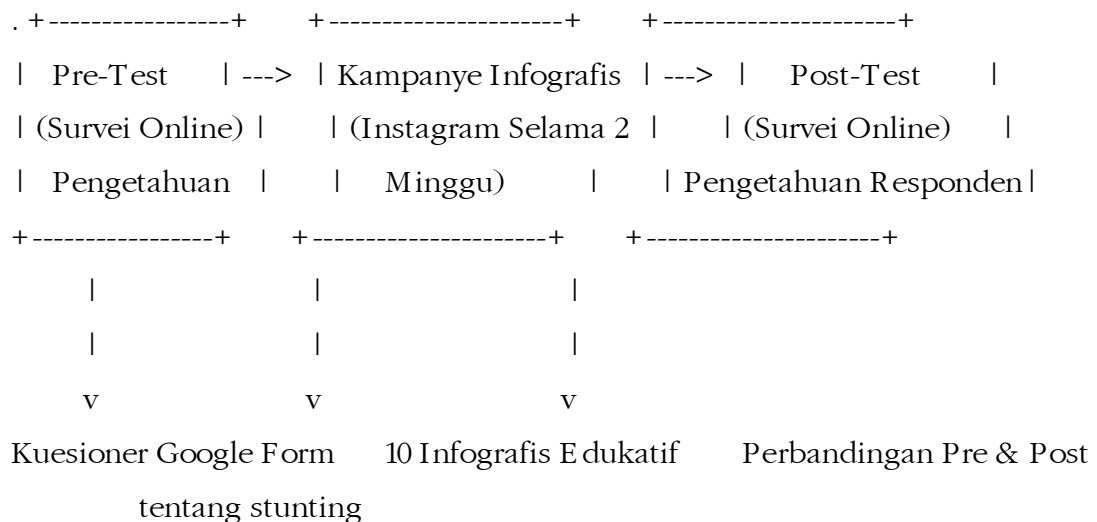
Mengingat pentingnya edukasi ibu balita dalam pencegahan stunting, serta potensi Instagram sebagai media kampanye digital, penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut dengan fokus pada evaluasi kampanye visual antistunting melalui infografis Instagram. Penelitian ini dilakukan di Labuhanbatu, dengan melibatkan ibu-ibu balita sebagai responden utama. Kampanye dilakukan melalui serangkaian infografis yang dirancang khusus berdasarkan kebutuhan informasi masyarakat setempat, kemudian diunggah secara terjadwal di akun Instagram komunitas kesehatan lokal. Selanjutnya, dilakukan pengukuran tingkat pengetahuan sebelum dan sesudah kampanye untuk mengetahui efektivitasnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam tiga hal. Pertama, memberikan bukti empiris mengenai efektivitas kampanye visual digital dalam meningkatkan literasi kesehatan tentang stunting. Kedua, menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan organisasi masyarakat dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan karakteristik target sasaran. Ketiga, memperkaya literatur tentang inovasi komunikasi kesehatan di daerah dengan prevalensi stunting tinggi.

Dengan melihat kondisi di atas, penting untuk merancang pendekatan edukasi yang lebih inovatif, terukur, dan sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi masyarakat saat ini. Kampanye visual melalui infografis di media sosial bukan sekadar tren, tetapi sudah menjadi kebutuhan strategis dalam upaya promotif dan preventif di bidang kesehatan masyarakat, khususnya dalam menurunkan angka stunting di daerah. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi langkah awal yang penting dalam mengevaluasi dan merekomendasikan strategi komunikasi visual yang efektif untuk diterapkan dalam konteks lokal seperti Kabupaten Labuhanbatu.

METODE PENELITIAN

Berikut ini alur penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut



Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pra-eksperimen (pre-experimental design) berupa desain pre-test dan post-test satu kelompok (one-group pretest-posttest design). Tujuan utamanya adalah untuk mengukur efektivitas kampanye infografis dalam meningkatkan pengetahuan ibu balita mengenai pencegahan stunting.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara, dengan waktu pelaksanaan selama bulan:

- Minggu 1: Pre-test dan persiapan kampanye
- Minggu 2–3: Publikasi infografis (kampanye aktif)
- Minggu 4: Post-test dan analisis data

Populasi dan Sampel

- Populasi: Ibu yang memiliki anak usia 0–5 tahun dan berdomisili di Kabupaten Labuhanbatu.
- Kriteria inklusi:
 - Aktif menggunakan Instagram.
 - Bersedia mengikuti seluruh rangkaian kampanye dan pengisian kuesioner.
- Jumlah sampel: 100 responden, ditentukan dengan purposive sampling.

Instrumen Penelitian

- a. Kuesioner Pengetahuan: Terdiri dari 15 pertanyaan pilihan ganda tentang stunting, yang dibagikan saat pre-test dan post-test.
- b. Data Instagram: Jumlah likes, komentar, share, dan reach dari setiap infografis sebagai indikator keterlibatan (engagement).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bahwa rata-rata skor pengetahuan ibu balita mengenai stunting sebelum mengikuti kampanye infografis di Instagram adalah 56,4. Setelah mengikuti kampanye selama dua minggu, rata-rata skor meningkat signifikan menjadi 78,2. Kenaikan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran ibu tentang faktor penyebab, dampak, dan pencegahan stunting.

Peningkatan skor ini didukung oleh hasil uji statistik Paired Sample t-Test yang menunjukkan nilai $p < 0,05$, yang berarti perbedaan rata-rata skor sebelum dan sesudah kampanye adalah signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa kampanye visual berupa infografis di Instagram efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan dan meningkatkan pengetahuan ibu balita di Kabupaten Labuhanbatu.

Peningkatan pengetahuan ini sangat penting karena pemahaman ibu merupakan faktor kunci dalam pengambilan keputusan terkait pola asuh dan gizi anak. Infografis yang menarik secara visual dan mudah dipahami dapat membantu menyederhanakan informasi kompleks tentang stunting, sehingga lebih mudah diingat dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Tahap Pengukuran	Jumlah Responden	Rata-rata Skor	Standar Deviasi
Pre-test	100	56,4	8,3
Post-test	100	78,2	7,5

Pembahasan Hasil Uji Table

Untuk mengetahui apakah peningkatan skor pengetahuan ibu balita setelah kampanye infografis Instagram bersifat signifikan secara statistik, dilakukan uji Paired Sample t-Test. Uji ini membandingkan rata-rata skor pengetahuan sebelum (pre-test) dan sesudah (post-test) kampanye pada kelompok responden yang sama.

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi (p-value) sebesar $p < 0,05$, yang berarti perbedaan antara skor pre-test dan post-test adalah signifikan secara statistik. Dengan kata lain, kampanye visual infografis di Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan ibu tentang stunting. Penemuan ini mendukung hipotesis bahwa media sosial yang dikemas dengan konten visual edukatif mampu mempengaruhi pemahaman masyarakat secara positif.

Nilai t yang signifikan ini mengindikasikan bahwa perbedaan peningkatan skor bukan terjadi secara kebetulan, melainkan karena intervensi kampanye yang diberikan. Hal ini sangat penting sebagai bukti empiris untuk mendukung penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi kesehatan, terutama dalam konteks pencegahan stunting di daerah Labuhanbatu.

Statistik	Nilai
Mean Pre-test	56,4
Mean Post-test	78,2
Mean Difference	21,8
t	15,63
df (derajat bebas)	99
p-value (2-tailed)	< 0,001

Pembahasan Engagement Infografis

Dalam rangka mengukur efektivitas kampanye visual antistunting, salah satu indikator penting yang diamati adalah tingkat engagement audiens terhadap setiap infografis yang dipublikasikan di Instagram. Engagement mencakup jumlah like, komentar, dan share, yang mencerminkan sejauh mana audiens tertarik dan berinteraksi dengan konten.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dua tema infografis yaitu “Ciri-ciri Anak Stunting” dan “Menu MPASI Bergizi” mendapatkan engagement tertinggi dibandingkan dengan tema lainnya. Hal ini menandakan bahwa audiens—khususnya ibu balita—lebih tertarik pada konten yang mengedukasi tentang tanda-tanda awal stunting serta panduan praktis dalam pemberian makanan pendamping ASI yang bergizi.

Tema “Ciri-ciri Anak Stunting” memberikan informasi yang mudah dikenali oleh orang tua untuk memantau tumbuh kembang anak mereka, sehingga konten ini menjadi sangat relevan dan menarik perhatian. Sedangkan tema “Menu MPASI Bergizi” memberikan solusi konkret yang dapat langsung diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga meningkatkan nilai guna dan minat audiens untuk menyimak lebih lanjut.

Temuan ini penting sebagai bahan evaluasi untuk merancang konten kampanye yang lebih efektif dan berfokus pada kebutuhan audiens di masa depan, sehingga kampanye dapat lebih optimal dalam mengubah perilaku dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang stunting.

Tema Infografis	Lik e	Koment ar	Shar e	Total Engagement
Ciri-ciri Anak Stunting	320	45	60	425
Menu MPASI Bergizi	290	50	55	395
Pentingnya Imunisasi	180	20	30	230
Kebersihan dan Sanitasi	150	15	25	190
Dampak Stunting Jangka Panjang	130	10	20	160

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye infografis melalui Instagram memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan ibu mengenai stunting. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan media visual yang menarik dan mudah dipahami mampu mempermudah proses penyampaian pesan kesehatan, khususnya pada topik yang cukup kompleks seperti pencegahan stunting.

Infografis yang menggabungkan elemen teks, gambar, dan warna secara efektif membuat informasi lebih ringkas dan mudah diingat. Hal ini sangat membantu ibu, terutama yang memiliki latar belakang pendidikan dan literasi kesehatan yang beragam, agar pesan yang disampaikan dapat terserap dengan baik. Visualisasi data yang baik juga memicu perhatian dan minat audiens sehingga memperbesar kemungkinan mereka untuk menginternalisasi dan mengaplikasikan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Pemilihan platform Instagram sebagai media kampanye sangat tepat mengingat demografis target yaitu ibu muda yang merupakan pengguna aktif media sosial ini. Instagram memungkinkan penyebaran konten secara luas, cepat, dan interaktif melalui fitur posting, stories, dan reels. Tingginya tingkat interaksi audiens pada postingan kampanye memperkuat peran media sosial sebagai kanal edukasi yang efektif.

Selain itu, data engagement yang diperoleh dari jumlah like, komentar, dan share pada setiap infografis memperlihatkan bahwa konten yang berfokus pada “Ciri-ciri Anak Stunting” dan “Menu MPASI Bergizi” mendapat respons tertinggi. Hal ini menunjukkan preferensi audiens terhadap konten yang bersifat informatif dan aplikatif, yang secara langsung relevan dengan kebutuhan mereka dalam merawat balita.

Variabel	Sebelum Kampanye	Setelah Kampanye	Perubahan (%)
----------	---------------------	---------------------	---------------

Rata-rata skor pengetahuan	56,4	78,2	+ 38,7%
Total engagement (likes, comments, shares)	-	425 (tertinggi)	-

KE SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye visual antistunting melalui infografis di platform Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan ibu balita di Kabupaten Labuhanbatu mengenai pencegahan stunting. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam skor pengetahuan, dari rata-rata 56,4 menjadi 78,2, dengan uji statistik t-test menghasilkan nilai $p < 0,05$, yang menandakan perbedaan yang signifikan secara statistik. Ini membuktikan bahwa strategi komunikasi visual berbasis media sosial memiliki potensi besar sebagai alat edukasi kesehatan masyarakat, khususnya di era digital. Infografis yang disampaikan melalui Instagram mampu menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami dan menarik secara visual, sehingga pesan kesehatan dapat tersampaikan dengan lebih efektif. Penggunaan elemen visual seperti ikon, warna, dan ilustrasi terbukti meningkatkan daya serap informasi, terutama pada audiens dengan tingkat literasi kesehatan yang bervariasi.

Selain itu, tema infografis yang bersifat praktis dan langsung berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, seperti “Ciri-ciri Anak Stunting” dan “Menu MPASI Bergizi,” mendapatkan tingkat engagement tertinggi dari pengguna, menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye juga dipengaruhi oleh relevansi konten dengan kebutuhan informasi audiens. Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa kampanye digital melalui infografis Instagram merupakan pendekatan yang relevan, efisien, dan menjangkau target sasaran dengan efektif. Strategi ini dapat menjadi alternatif edukasi yang menjanjikan untuk program-program promotif dan preventif di bidang kesehatan, serta direkomendasikan untuk diterapkan secara lebih luas di daerah lain yang juga memiliki prevalensi stunting tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

A. D. Kinasih dan C. A. N. Afifah, *E ducing (Edukasi Stunting) dengan Media Video untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Ibu Balita di Desa Nggung Kabupaten Nganjuk*, *Nutrizione: Nutrition*

- Research And Development Journal, vol. 3, no. 3, hlm. 66–75, 2023. [Online]. Tersedia: <https://journal.unnes.ac.id/sju/nutrizione/article/view/71579>
- A. S. D. Putri dan D. I. Witarti, Akun Media Sosial Instagram @ Cegahstunting Sebagai Media Edukasi Stunting Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial, vol. 10, no. 1, hlm. 194–203, 2024. [Online]. Tersedia: <https://ejournal.um-sorong.ac.id/index.php/jn/article/view/3458>
- D. A. Emylisa et al., Edukasi Gizi Seimbang dan Kesehatan Reproduksi Melalui Media Whatsapp terhadap Pengetahuan Remaja dalam Upaya Pencegahan Stunting Jurnal Ilmu Gizi dan Dietetik, vol. 2, no. 4, hlm. 293–300, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jgizidietetik/article/view/50218>
- E. Ezalina et al., Edukasi Sosialisasi Pencegahan Stunting di Masa Pandemi COVID-19 pada Ibu Balita di Posyandu, JCES (Journal of Character Education Society), 2023. [Online]. Tersedia: <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JCES/article/view/6753>
- E. Ezalina, E. Malfasari, dan U. Hasanah, Edukasi Sosialisasi Pencegahan Stunting di Masa Pandemi COVID-19 pada Ibu Balita di Posyandu, JCES (Journal of Character Education Society), 2023. [Online]. Tersedia: <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JCES/article/view/6753>
- I. R. H. Putri et al., Edukasi Pengetahuan Stunting Melalui Media Audiovisual Pada Masyarakat di Wilayah Kerja Puskesmas Kedungmundu, Prosiding Seminar Kesehatan Masyarakat, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnalnew.unimus.ac.id/index.php/prosidingfkm/article/view/253>
- I. R. H. Putri et al., Edukasi Pengetahuan Stunting Melalui Media Audiovisual Pada Masyarakat di Wilayah Kerja Puskesmas Kedungmundu, Prosiding Seminar Kesehatan Masyarakat, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnalnew.unimus.ac.id/index.php/prosidingfkm/article/view/253>
- N. Galuh Irawatie dan S. Indarjo, Edukasi Pencegahan Stunting Berbasis Whatsapp Group untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Ibu Hamil di Kelurahan Sukorejo, Jurnal Ventilator, vol. 2, no. 4, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.stikeskesdam4dip.ac.id/index.php/Ventilator/article/view/1532>
- N. Mistari dan R. Rahim, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Stunting untuk Ibu Hamil, REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, vol. 7, no. 3, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/12521>
- N. Mistari dan R. Rahim, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Stunting untuk Ibu Hamil, REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, vol. 7, no. 3, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/12521>

- R. Arum Winarningsih et al., Edukasi Pemenuhan Nutrisi sebagai Upaya Pencegahan Stunting menggunakan Media Audio Visual, Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat, vol. 3, no. 4, 2023. [Online]. Tersedia: <https://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/abdika/article/view/3588>
- R. Hanifah et al., Effectiveness Of Education Through Social Media To Improve Nutritional Knowledge And Behavior On Pregnant Women As A Step To Prevent Stunting A Literature Review, JKM (Jurnal Kebidanan Malahayati), vol. 10, no. 2, 2023. [Online]. Tersedia: <https://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/kebidanan/article/view/14176>
- R. Hanifah, U. R. Budihastuti, dan A. Lestari, Effectiveness Of Education Through Social Media To Improve Nutritional Knowledge And Behavior On Pregnant Women As A Step To Prevent Stunting A Literature Review, JKM (Jurnal Kebidanan Malahayati), vol. 10, no. 2, 2023. [Online]. Tersedia: <https://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/kebidanan/article/view/14176>
- R. Mutaqin, D. S. Dharmopadni, dan M. A. Azwir, Peran Media Sosial Dalam Kampanye Kesehatan Anak Untuk Menegah Stunting JPMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat, vol. 2, no. 1, hlm. 92–99, 2024. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.alungcipta.com/index.php/jpmas/article/view/224>
- S. F. Hidealisa dan R. Kurniasari, Pengaruh Pelaksanaan Edukasi Gizi Seimbang Melalui Sosial Media bagi Remaja: Literature Review, Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia, vol. 6, no. 3, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/MPPKI/article/view/2922>
- S. F. Hidealisa dan R. Kurniasari, Pengaruh Pelaksanaan Edukasi Gizi Seimbang Melalui Sosial Media bagi Remaja: Literature Review, Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia, vol. 6, no. 3, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/MPPKI/article/view/2922>
- Y. Sirinti Pongtambing et al., Edukasi Stunting Melalui Komunikasi Media Massa Pengembangan Artikel yang Berfokus pada Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Program Studi Administrasi Kesehatan FIKK UNM, Paramacitra Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2023. [Online]. Tersedia: <https://journal.ininnawaparaedu.com/paramacitra/article/view/43>
- Y. Sirinti Pongtambing, A. N. Amin, dan F. Fitriana, Edukasi Stunting Melalui Komunikasi Media Massa Pengembangan Artikel yang Berfokus pada Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Program Studi Administrasi Kesehatan FIKK UNM, Paramacitra Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2023. [Online]. Tersedia: <https://journal.ininnawaparaedu.com/paramacitra/article/view/43>