

Peranan Media Sosial dalam Membangun Literasi Stunting Ibu Rumah Tangga

Bintari Putri Rahayu, Budi Guntoro, Ratih Ineke Wati

Universitas Gadjah Mada
Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, DIY
Email: bintariputirahayu@mail.ugm.ac.id

DOI: 10.24002/jik.v22i2.10164

Submitted: November 2024

Reviewed: April 2025

Accepted: December 2025

Abstract: *Stunting is a multi-sectoral issue with long-term impacts on adulthood and potential intergenerational transmission. Stunting prevention involves specific and sensitive interventions. This study examines the role of social media—commonly used for sensitive interventions—in enhancing stunting literacy. Data were collected through questionnaires using stratified random sampling and analyzed using path analysis with SPSS AMOS. The results reveal that social media exerts an indirect effect on stunting literacy among housewives through the mediating role of knowledge. The lack of a direct effect is likely attributable to the phenomenon of information overload prevalent on social media platforms.*

Keywords: *housewives, literacy, social media, stunting*

Abstrak: *Stunting merupakan permasalahan multisektor dengan dampak jangka panjang hingga usia dewasa, serta berpotensi diturunkan ke generasi berikutnya. Penanggulangan stunting dilakukan melalui intervensi spesifik dan intervensi sensitif. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai sarana intervensi sensitif dalam meningkatkan literasi stunting. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik stratified random sampling dan dianalisis menggunakan analisis jalur dengan SPSS AMOS. Hasil penelitian menunjukkan media sosial berpengaruh tidak langsung terhadap literasi stunting pada ibu rumah tangga melalui variabel pengetahuan. Fenomena banjir informasi di media sosial mungkin menyebabkan tidak ditemukannya pengaruh langsung media sosial terhadap literasi stunting.*

Kata Kunci: *ibu rumah tangga, literasi, media sosial, stunting*

Stunting adalah kondisi di mana anak bertubuh lebih pendek dari anak-anak lain seusianya atau tinggi badan anak di bawah standar (Imani, 2020, h. 9), yang disebabkan oleh keterlambatan pertumbuhan akibat pola makan yang buruk atau infeksi berulang (World Health Organization, 2019). Anak *stunting* mengalami perubahan permanen pada struktur tubuh, fisiologi, dan metabolisme. Kondisi ini membuat anak susah tinggi,

rentan terhadap penyakit dan kematian, mengalami penurunan kesehatan jasmani dan perkembangan otak, dan memengaruhi kapasitas hidupnya saat dewasa (Barker dalam Branca & Ferrari, 2002, h. 13-15). Selain itu, *stunting* juga dapat menurunkan IQ (*Intelligence Quotient*) anak sekitar sepuluh poin ketika mereka berusia 7-9 tahun (Guerrant, DeBoer, Moore, Scharf, & Lima, 2013, h. 4). *Stunting* dapat dikatakan sebagai suatu proses melingkar sebab

seseorang yang *stunting* cenderung juga memiliki anak yang *stunting* (Prendergast & Humphrey, 2014, h. 251).

Jumlah kasus *stunting* di Indonesia cukup tinggi. Pada tahun 2021, jumlah *stunting* di Indonesia sebesar 24,4 persen dan berhasil turun di tahun 2022 menjadi 21,6 persen (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2023). Angka tersebut masih di atas nilai standar maksimal WHO (*World Health Organization*), yaitu sebesar 20 persen atau seperlima dari jumlah total balita di suatu negara (World Health Organization, 2019). Penyebab *stunting* tidak hanya dari sektor kesehatan, melainkan persoalan lintas sektor yang saling berkaitan, seperti ekonomi, pendidikan, pangan, lingkungan dan sanitasi, serta infrastruktur. Oleh karena itu, tindakan penanggulangannya juga memerlukan pendekatan yang multisektor (Azriani dkk., 2024, h. 2) dan meliputi dua jenis intervensi: (1) intervensi spesifik dan (2) intervensi sensitif. Intervensi spesifik menasar langsung pada permasalahan *stunting*, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan sektor kesehatan seperti pemeriksaan kesehatan ibu dan bayi, imunisasi balita, dan upaya perbaikan gizi anak (Hafid dkk., 2021, h. 64). Sementara itu, intervensi sensitif meliputi upaya-upaya lain yang diarahkan mengatasi sumber permasalahan dan bersifat jangka panjang. Intervensi sensitif, secara umum, merupakan penanggulangan *stunting* yang meliputi ranah lain di luar sektor kesehatan (Mitra, 2015, h. 258), termasuk di dalamnya peningkatan literasi *stunting*.

Literasi *stunting* merupakan potret dari pengetahuan dan sikap dalam memahami isu *stunting*. Literasi merupakan pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu serta kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2023). Penelitian yang dilakukan Silaningrum (2022) mengonseptualisasi literasi dengan variabel pengetahuan dan sikap. Hasilnya menunjukkan media sosial memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung melalui variabel pengetahuan dan sikap dalam membangun kompetensi literasi sampah generasi muda.

Pengetahuan berarti seseorang mengerti, mengingat, dan memahami tentang suatu objek (Rohman, Rukiyati, & Purwastuti, 2014, h. 48). Pengetahuan tentang *stunting* berarti seseorang mengerti, mengingat, dan memahami tentang segala sesuatu terkait *stunting*. Ibu yang memiliki pengetahuan *stunting* yang baik akan mampu mengidentifikasi gejala *stunting*, melakukan pencegahan *stunting* sedini mungkin, melakukan tindakan koreksi yang diperlukan, serta mengetahui dampak *stunting* bagi kesehatan dan kehidupan anak. Kepemilikan pengetahuan tentang *stunting* dapat memengaruhi sikap terhadap *stunting*. Makin baik pengetahuan ibu tentang *stunting*, makin tinggi kecenderungan mereka memiliki sikap pro terhadap penurunan *stunting*. Hal tersebut terjadi karena sikap merupakan wujud evaluasi seseorang yang memunculkan rasa suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju,

yang kerap direfleksikan dalam tingkah laku (Baron & Byrne, 2004, h. 120).

Di sisi lain, sikap bisa terbentuk tanpa melalui perubahan pengetahuan. Berdasarkan teori sikap, terdapat dua cara individu memproses informasi yang diterima, yaitu pemrosesan sistemik dan pemrosesan heuristik (Baron & Byrne, 2004, h. 140-142; Petty, Briñol, & Priester, 2009, h. 132-136; Ajzen, 2005, h. 59). Pemrosesan sistemik merupakan cara memproses informasi secara analitis yang melibatkan dan mengakibatkan adanya perubahan pengetahuan. Sementara itu, pemrosesan heuristik adalah cara memproses informasi secara cepat dan sederhana dengan mengandalkan aturan praktis, misalnya mempercayai informasi karena disampaikan oleh seorang ahli tanpa memeriksa data pendukung atau mengikuti kepercayaan yang dianggap banyak orang benar. Sikap juga terbentuk dari adopsi sikap orang lain (*social learning*), di antaranya adalah pengondisian klasik, pengondisian operan, pembelajaran observasional, dan perbandingan sosial (Baron & Byrne, 2004, h. 123-126).

Penggunaan media sosial kini sangat masif dan potensial dalam pembentukan pengetahuan dan sikap, serta sebagai sarana membangun literasi *stunting*. Laporan Status Literasi Digital di Indonesia 2022 menunjukkan bahwa media sosial adalah sumber informasi terbesar bagi masyarakat Indonesia, dipicu oleh akses media sosial yang mudah, informasi yang tersedia *up-to-date*, dan biaya yang relatif murah (Katadata Insight Center, 2023). Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun

2023 menembus 215.626.156 jiwa dari total 275.773.901 jiwa populasi (APJII, 2023). Hal ini berarti 78,19 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan internet dan kebanyakan dari mereka memakai internet untuk mengakses media sosial. Informasi dari media sosial dapat memengaruhi pengetahuan seorang individu melalui proses *acquiring* (memperoleh informasi), *triggering* (ingatan muncul kembali), *altering* (mengubah informasi), dan *reinforcing* (menguatkan informasi) (Potter, 2012, h. 113-137). Pengetahuan tersebut digunakan dalam pemrosesan informasi secara sistemik.

Sementara itu, media sosial dapat membentuk sikap secara langsung melalui pemrosesan heuristik, khususnya melalui pembelajaran observasional dan perbandingan sosial. Gerbner (dalam West & Turner, 2021, h. 421-422) menyebutkan bahwa sebuah asumsi dari teori kultivasi turut menguatkan pembentukan sikap melalui media sosial, yaitu makin banyak seseorang menggunakan media, makin kuat dia menyamakan realitas media dengan realitas sebenarnya. Menurut Gerbner (dalam West & Turner, 2021, h. 423), media menanamkan nilai tertentu kemudian memelihara dan menyebarkan sikap serta nilai tersebut antarpengguna sehingga realitas yang terlihat di media dianggap sebagai sebuah konsensus dalam masyarakat. Hal ini dapat berlaku pula di media sosial. Adanya efek kultivasi yang terjadi di media sosial membuat pengguna akan cenderung memiliki pandangan serupa, terlepas dari pengalaman atau latar belakang

mereka, sebagai akibat dari paparan informasi yang terus-menerus dan seragam. Pembentukan sikap dengan mengabaikan pengalaman dan latar belakang, atau dengan terjadinya pembelajaran observasional dan perbandingan sosial yang didasari keyakinan pada konten yang muncul di media sosial tanpa melibatkan analisis mendalam (*common sense*) melalui pengetahuan dalam memproses informasi merupakan bentuk dari pemrosesan heuristik.

Hal yang membedakan media sosial dengan media lain adalah bentuk pola komunikasinya yang dijelaskan dalam teori *mass self-communication*. *Mass self-communication* dapat diartikan sebagai komunikasi yang terjadi secara horizontal antara dua pihak, yaitu konsumen dan produsen informasi, sehingga produksi dan distribusi pesan oleh pengirim tidak hanya memengaruhi penerima, tetapi juga memengaruhi pengirim (Castells, 2013, h. 55). Media sosial memungkinkan adanya komunikasi dua arah, umpan balik secara waktu nyata, dan lingkungan komunikasi tanpa sistem hierarki. Oleh karena itu, peredaran informasi di media sosial dapat menjadi terlalu masif dan beragam yang menghambat efek kultivasi.

Beberapa penelitian telah lebih dulu mengamati peranan media sosial dalam pembentukan pengetahuan dan sikap. Hasil penelitian Simanjuntak, Yuliati, Rizkillah, dan Maulidina (2022) menunjukkan intervensi edukasi gizi masyarakat berbasis pemasaran media sosial berhasil meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat dalam

upaya pencegahan *stunting*. Selain itu, melalui hasil penelitiannya, Gough dkk. (2017) menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan sikap setelah dilakukan intervensi media sosial untuk kampanye kesehatan pada populasi target. Sementara itu, Biswas, Ali, Ali, & Shah (2022), dalam temuan penelitiannya, menyimpulkan bahwa media sosial mampu memengaruhi sikap terhadap vaksinasi Covid-19 melalui persebaran informasi dan pendapat antarpengguna.

Sejumlah reviu rujukan sistematis turut menyimpulkan bahwa media sosial sebagai media kampanye kesehatan memiliki potensi meningkatkan pengetahuan dan sikap pengguna, namun nilai hubungan pengaruhnya cenderung kecil dalam populasi besar (Athey, Grabarz, Luca, & Wernerfelt, 2023; Kite dkk., 2023; Ghahramani, de Courten, & Provofieva, 2023). Hal tersebut terlihat dalam konteks penelitian Biswas, Ali, Ali, & Shah (2022) yang dilakukan dalam populasi besar, yaitu di negara-negara Arab, tidak secara spesifik mengamati jalur pengaruh media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung dari peranan media sosial terhadap literasi *stunting* ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta melalui mediasi variabel pengetahuan dan sikap.

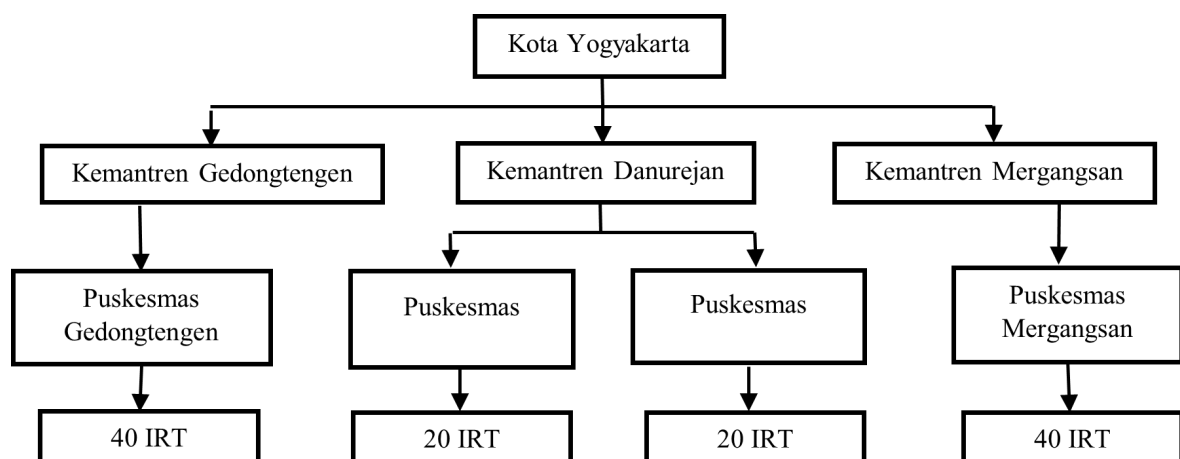
Pemilihan Kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian didasari oleh keterbukaan akses internet yang sudah merata di Kota Yogyakarta dan memiliki indeks literasi digital tertinggi se-Indonesia (Annur, 2023). Sasaran responden penelitian ini

adalah para ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta yang rata-rata mengenal dan menggunakan media sosial, serta ketersediaan sarana fasilitas kesehatan di Kota Yogyakarta yang cenderung setara. Selain itu, Daerah Istimewa Yogyakarta bersama Bali dan Jakarta menempati posisi tiga besar provinsi dengan kasus *stunting* terendah di Indonesia pada tahun 2022. Tercatat kasus *stunting* di D.I. Yogyakarta adalah sebesar 16,4 persen dan di Kota Yogyakarta sebesar 10,8 persen dengan target mencapai *zero stunting* pada tahun 2024 (Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta, 2023b). Meskipun demikian, prevalensi *stunting* per kemantren (setingkat kecamatan) di Kota Yogyakarta memiliki ketimpangan tinggi. Kemantren dengan prevalensi *stunting* paling tinggi adalah Kemantren Gedongtengen, yaitu sebesar 20,74 persen, sementara kemantren dengan prevalensi *stunting* paling rendah adalah Kemantren Mergangsan sebesar 4,84 persen per September 2022 (Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta,

2023a). Berdasarkan data tersebut, Kota Yogyakarta tepat dijadikan sebagai lokasi penelitian karena adanya keterwakilan populasi dari masing-masing kelompok tingkat kasus *stunting* dari prevalensi rendah, sedang, hingga tinggi.

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan pendekatan kuantitatif untuk memberikan gambaran mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta dengan responden para ibu rumah tangga yang memiliki anak balita serta aktif bermedia sosial. Kriteria aktif bermedia sosial yang dimaksud mengacu pada perilaku aktif dan pasif bermedia sosial, yaitu seseorang dikatakan aktif bermedia sosial jika menggunakan paling tidak satu jenis media sosial secara konsisten dengan rata-rata menghabiskan 120 menit setiap hari untuk mengakses media sosialnya (Ozimek, Brailovskaia, & Beirhoff, 2023, h. 3).



Gambar 1 Skema Pengambilan Sampel

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel memakai metode *stratified random sampling*. Metode ini membagi populasi dalam kelompok berdasarkan strata atau tingkatan, kemudian sampel diambil acak dari masing-masing tingkatan populasi (Sugiyono, 2019, h. 64). Tingkatan populasi terdiri dari wilayah prevalensi *stunting* tinggi (Kemantren Gedongtengen), wilayah prevalensi *stunting* sedang (Kemantren Danurejan), dan wilayah prevalensi *stunting* rendah (Kemantren Mergangsan). Selanjutnya, 40 orang responden ibu rumah tangga diambil secara acak dari masing-masing kemantren, seperti skema dalam Gambar 1.

Proses analisis data diawali dengan mengonversi data ordinal dari jawaban kuesioner responden menjadi data interval menggunakan skala Likert. Skor skala Likert yang telah disusun kemudian dikategorikan sebagai capaian variabel dalam bentuk persentase dengan rumus:

$$\text{Tingkat capaian variabel (\%)} = \frac{\text{rata} - \text{rata skor likert}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%$$

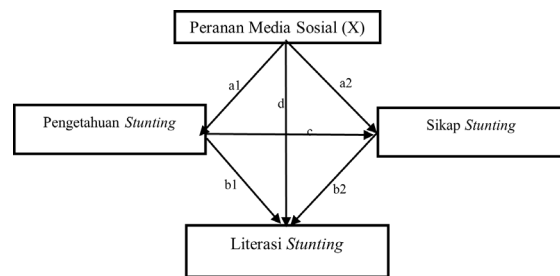
Hasil perhitungan menggunakan rumus tersebut adalah berupa persentase nilai variabel yang kemudian dikategorikan berdasarkan capaian yang ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Kategori Tingkat Capaian Variabel

No.	Capaian Variabel	Kategori Tingkat Capaian Variabel (%)				
		0≤20	>20-≤40	>40-≤60	>60-≤80	>80-≤100
1	Peranan media sosial	Tidak pernah	Jarang	Kadang-kadang	Sering	Sangat sering
2	Pengetahuan	Sangat tidak tahu	Tidak tahu	Ragu-ragu	Tahu	Sangat tahu
3	Sikap	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
4	Literasi <i>stunting</i>	Sangat tidak mampu	Tidak mampu	Ragu-ragu	Mampu	Sangat mampu

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Pengujian hipotesis dengan analisis jalur (*path analysis*) menggunakan SPSS Amos dilakukan untuk melihat hubungan pengaruh antarvariabel penelitian. Desain model hipotesis analisis jalur penelitian ini terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Model Jalur Peranan Media Sosial terhadap Literasi *Stunting* Ibu Rumah Tangga
Sumber: Olahan Peneliti (2024)

HASIL

Responden penelitian ini berasal dari tiga generasi, yaitu generasi X, generasi Y, dan generasi Z, dengan rentang usia 19-56 tahun. Kelompok umur responden penelitian dapat dilihat pada Tabel 2. Sebagian besar responden adalah generasi Y atau milenial yang tumbuh pada era pergeseran besar teknologi. Orang-orang pada generasi ini banyak mengintegrasikan kehidupan sehari-hari dengan berbagai macam teknologi digital. Menurut Lyons (dalam Putra, 2016, h. 129), generasi Y memiliki karakteristik: (1) adanya pola komunikasi yang terbuka, (2) pengguna

media sosial fanatik, (3) kehidupan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, dan (4) sangat reaktif terhadap perubahan di sekitarnya yang tidak terlepas dari keterbukaan akses informasi mereka. Sementara itu, sebagian lain dari responden adalah generasi Z yang disebut *digital natives* karena mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan internet sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari dan tidak pernah mengalami masa tanpa kehadiran media digital (Eldridge, 2023). Orang-orang pada generasi ini lebih hati-hati dalam mengkurasi diri di dunia maya dan beralih ke tren anonimitas. Mereka cenderung membatasi audiens media sosial mereka, menggunakan fitur menghapus pesan secara otomatis setelah dibaca oleh penerima, dan tidak terlalu sering daring di media sosial, walaupun kebutuhan mereka akan konten dan informasi daring tinggi (McKinsey & Company, 2024).

Tabel 2 Kelompok Umur Responden

No.	Kategori Generasi	Jumlah Orang	Persentase
1	Generasi X	8	6,7
2	Generasi Y	62	51,7
3	Generasi Z	50	41,7
	Jumlah	120	100

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

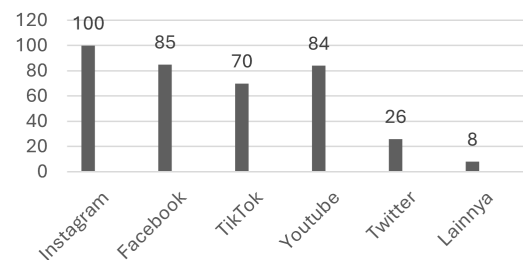
Rata-rata responden memiliki tiga jenis media sosial yang jumlah persebarannya dapat dilihat pada Tabel 3. Jenis media sosial yang paling banyak dimiliki oleh responden adalah Instagram (Gambar 3), dan rata-rata responden memilih Instagram sebagai media sosial yang paling sering mereka gunakan dibandingkan media

sosial lain yang dimiliki (Tabel 4) dengan durasi akses media sosial secara kumulatif per hari rata-rata selama 2-3 jam (Tabel 5). Sementara itu, jenis perangkat yang paling sering digunakan untuk mengakses media sosial (Tabel 6) hampir seluruh responden menjawab ponsel pintar.

Tabel 3 Sebaran Jumlah Media Sosial yang Dimiliki Responden

No.	Jumlah Media Sosial yang Dimiliki	Jumlah Orang	Persentase
1	1	9	7,5
2	2	32	26,7
3	3	37	30,8
4	4	21	17,5
5	≥5	21	17,5
	Jumlah	120	100

Sumber: Olahan Peneliti (2024)



Gambar 3 Media Sosial yang Digunakan Responden
Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 4 Sebaran Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Responden

No.	Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan	Jumlah orang	Persentase
1	Instagram	63	52,5
2	Facebook	29	24,17
3	TikTok	18	15
4	Youtube	10	8,3
5	Twitter	0	0
6	Lainnya	0	0
	Jumlah	120	100

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 5 Rata-rata Durasi Penggunaan Media Sosial oleh Responden per Hari

No.	Rata-Rata Durasi Penggunaan Media Sosial Harian	Jumlah orang	Persentase
1	<2 Jam	0	0
2	2-3 Jam	85	71
3	3-5 Jam	18	15
4	≥ 5 Jam	17	14
	Jumlah	120	100

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 6 Sebaran Perangkat Paling Sering Digunakan Mengakses Media Sosial oleh Responden

No.	Jenis Perangkat	Jumlah orang	Persentase
1	Ponsel pintar	117	97,5
2	Tablet/iPad	3	2,5
3	Laptop/komputer pribadi	0	0
4	Laptop/komputer kantor	0	0
	Jumlah	120	100

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Analisis tingkat capaian variabel menunjukkan peranan media sosial pada ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta terkait *stunting* berada di kategori kadang-kadang seperti pada Tabel 7. Hal ini berarti media sosial telah menjalankan perannya sebagai sumber informasi, media penyebaran informasi, dan media interaksi sosial terkait isu *stunting*, namun intensitasnya belum terlalu sering. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya algoritma media sosial, preferensi topik lain yang lebih sering diakses, dan variasi perilaku individu dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini berfokus pada pengalaman para ibu rumah tangga dalam mengakses dan terpapar informasi *stunting* melalui media sosial sehingga faktor-faktor

tersebut berpotensi memengaruhi capaian variabel yang diperoleh.

Tabel 7 Tingkat Peranan Media Sosial pada Ibu Rumah Tangga di Kota Yogyakarta Terkait *Stunting*

No.	Indikator	Interval Skor	Rata-Rata Skor	Capaian	Kategori Capaian
1	Media sosial sebagai sumber informasi	0-18	11	60 persen	Kadang-kadang
2	Media sosial sebagai media penyebaran informasi	0-15	7,1	47 persen	Kadang-kadang
3	Media sosial sebagai media interaksi sosial	0-15	6,5	44 persen	Kadang-kadang
	Capaian tingkat peranan media sosial pada ibu rumah tangga terkait <i>stunting</i>		8,2	50 persen	Kadang-kadang

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tingkat pengetahuan dan sikap *stunting* ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta masing-masing berada di kategori tahu seperti pada Tabel 8 dan Tabel 9. Hal ini menunjukkan para ibu rumah tangga telah memiliki pengetahuan dan sikap yang positif terkait *stunting*. Pengetahuan dan sikap terkait pencegahan *stunting* menjadi poin indikator dengan capaian tertinggi. Informasi terkait tindakan pencegahan *stunting* lebih sering didapatkan oleh para ibu rumah tangga karena pada umumnya kampanye penurunan angka *stunting* menekankan pada upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk mencegah *stunting*. Sementara itu, pengetahuan tentang tanda dan gejala *stunting* menjadi yang paling kurang dipahami meskipun masih berada di kategori tahu. Para ibu mengalami kesulitan dalam menilai atau mengenali tanda-tanda masalah kesehatan pada anak baik itu yang

mengarah pada kondisi *stunting* maupun masalah kesehatan lain. Oleh karena itu, para ibu lebih memilih membawa anak ke tenaga medis bila merasa anak mengalami masalah kesehatan. Di sisi lain, sikap terkait dampak *stunting* mendapat capaian paling kecil karena efeknya baru terasa di masa depan sehingga sifat tentang dampak *stunting* kurang kuat terbentuk.

Tabel 8 Tingkat Pengetahuan *Stunting* Ibu Rumah Tangga di Kota Yogyakarta

No.	Indikator	Interval Skor	Rata-Rata Skor	Capaian	Kategori Capaian
1	Pengetahuan penyebab <i>stunting</i>	0-17	13,4	79 persen	Tahu
2	Pengetahuan tanda dan gejala <i>stunting</i>	0-14	10,3	73 persen	Tahu
3	Pengetahuan pencegahan <i>stunting</i>	0-21	18	83 persen	Sangat tahu
4	Pengetahuan dampak <i>stunting</i>	0-22	17,2	78 persen	Tahu
	Capaian tingkat pengetahuan <i>stunting</i> ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta		14,7	78 persen	Tahu

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 9 Tingkat Sikap *Stunting* Ibu Rumah Tangga di Kota Yogyakarta

No	Indikator	Interval Skor	Rata-Rata Skor	Capaian	Kategori Capaian
1	Sikap penyebab <i>stunting</i>	0-45	39,5	88 persen	Sangat setuju
2	Sikap tanda dan gejala <i>stunting</i>	0-46	40	88 persen	Sangat setuju
3	Sikap pencegahan <i>stunting</i>	0-41	37,6	91 persen	Sangat setuju
4	Sikap dampak <i>stunting</i>	0-47	39	83 persen	Sangat setuju
	Capaian tingkat sikap <i>stunting</i> ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta		30	87,5 persen	Sangat setuju

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Capaian literasi *stunting* ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta berada di

kategori sangat mampu seperti pada Tabel 10. Artinya, para ibu telah memiliki kapasitas sangat baik dalam memperoleh, menafsirkan, dan memahami isu terkait *stunting*. Indikator dengan capaian tertinggi adalah literasi tindakan pencegahan *stunting*, sementara indikator dengan capaian terendah adalah literasi identifikasi *stunting*. Para ibu telah mampu memahami sebagian besar tanda dan gejala yang perlu diwaspadai mengarah pada kondisi *stunting*, tetapi beberapa hal dalam bidang kesehatan sulit dipahami oleh masyarakat di luar profesi tenaga kesehatan.

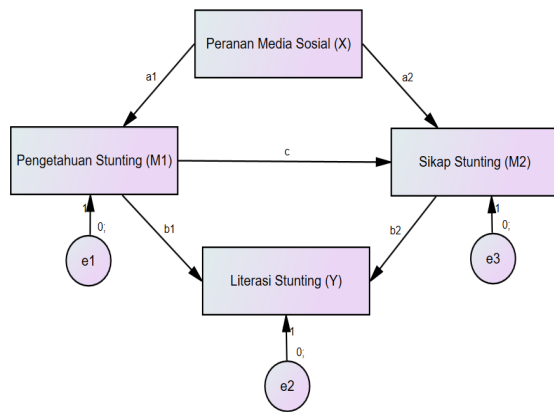
Tabel 10 Tingkat Literasi *Stunting* Ibu Rumah Tangga di Kota Yogyakarta

No.	Indikator	Interval Skor	Rata-Rata Skor	Capaian	Kategori Capaian
1	Literasi identifikasi <i>stunting</i>	0-28	22	79 persen	Mampu
2	Literasi tindakan pencegahan <i>stunting</i>	0-23	21	90 persen	Sangat mampu
3	Literasi tindakan koreksi <i>stunting</i>	0-33	27	84 persen	Sangat mampu
	Capaian tingkat literasi <i>stunting</i> ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta		23	84 persen	Sangat mampu

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Model jalur yang dihipotesiskan (Gambar 2) tidak memenuhi kriteria karena memiliki derajat bebas (*degree of freedom*) = 0 atau model *just identified*. Hal ini menyebabkan model tidak dapat diuji *goodness of fit*-nya dan untuk mengatasinya dilakukan pengurangan jumlah parameter yang diestimasi dalam model. Parameter yang dieliminasi adalah hubungan langsung variabel peranan media sosial terhadap literasi *stunting* dengan pertimbangan

nilai koefisien regresi antara dua variabel tersebut paling kecil pengaruhnya dan nilai probabilitas paling besar (tidak signifikan) sehingga model struktural analisis jalur berubah seperti Gambar 4.



Gambar 4 Model Struktural Analisis Jalur
Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 11 Hasil Uji Analisis Jalur

Variabel	Estimate Standardized Regression	C.R	P
Peranan media sosial → Pengetahuan <i>stunting</i>	0,370	4,283	***
Peranan media sosial → Sikap <i>stunting</i>	0,064	0,843	0,399
Pengetahuan <i>stunting</i> → Sikap <i>stunting</i>	0,622	8,179	***
Pengetahuan <i>stunting</i> → Literasi <i>stunting</i>	0,226	2,772	0,006
Sikap <i>stunting</i> → Literasi <i>stunting</i>	0,574	7,030	***
Variabel dependen		R ²	
Pengetahuan <i>stunting</i>		0,137	
Sikap <i>stunting</i>		0,421	
Literasi <i>stunting</i>		0,549	

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Hasil uji analisis pengaruh langsung jalur pada Tabel 11 menunjukkan semua jalur pengaruh langsung berpengaruh positif dan signifikan kecuali hubungan pengaruh langsung variabel peranan media sosial terhadap variabel sikap *stunting* yang memiliki pengaruh jalur tidak signifikan. Sementara itu, nilai koefisien determinasi

(R²) menunjukkan sejauh mana variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independennya secara bersama-sama.

Nilai pengaruh tidak langsung dan nilai pengaruh total secara *standardized* terlihat pada Tabel 12. Berdasarkan nilai pengaruh tidak langsung, selanjutnya diperoleh nilai pengaruh tidak langsung spesifik jalur dan signifikansinya yang terlihat pada Tabel 13.

Tabel 12 Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Variabel	Pengaruh Tidak Langsung			Pengaruh Total		
	Peranan Media Sosial	Pengetahuan <i>Stunting</i>	Sikap <i>Stunting</i>	Peranan Media Sosial	Pengetahuan <i>Stunting</i>	Sikap <i>Stunting</i>
Pengetahuan <i>stunting</i>	-	-	-	0,370	-	-
Sikap <i>stunting</i>	0,230	-	-	0,294	0,622	-
Literasi <i>stunting</i>	0,252	0,357	-	0,252	0,584	0,574

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

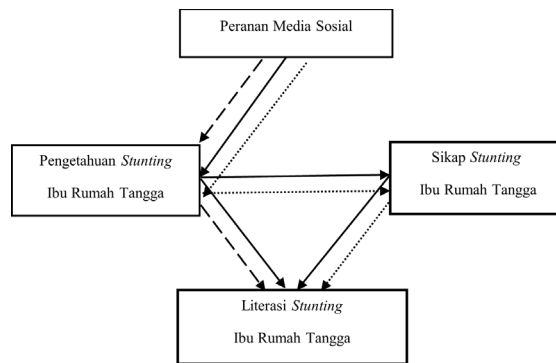
Tabel 13 Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung Spesifik

Parameter		Standardized Estimate	Sobel test (z)
IE 1	Peranan media sosial → Pengetahuan → Literasi <i>stunting</i>	0,084	2,319
IE 2	Peranan media sosial → Sikap → Literasi <i>stunting</i>	0,037	0,836
IE 3	Peranan media sosial → Pengetahuan → Sikap → Literasi <i>stunting</i>	0,132	2,178

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 13 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung peranan media sosial terhadap literasi *stunting* melalui variabel pengetahuan (IE 1) dan pengaruh tidak langsung peranan media sosial melalui variabel pengetahuan dan sikap (IE 3) secara signifikan sebab nilai Z hitung $\geq 1,96$ ($\alpha=0,05$). Sementara itu, pengaruh tidak langsung peranan media sosial terhadap literasi *stunting* melalui variabel sikap (IE 2)

tidak terjadi dengan signifikan. Hubungan pengaruh antarvariabel dalam penelitian ini, baik jalur hubungan pengaruh langsung dan tidak langsung, dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Skema Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Keterangan :

- > : Jalur pengaruh langsung
- > : Jalur pengaruh tidak langsung IE 1
-> : Jalur pengaruh tidak langsung IE 3

PEMBAHASAN

Peranan Media Sosial terhadap Pengetahuan *Stunting*

Media sosial sebagai alat komunikasi dan pertukaran informasi dapat menciptakan ataupun mengubah pengetahuan yang sudah ada dalam diri individu, atau dikenal dengan *cognitive media effect* (Potter, 2012, h. 41). Pengaruh peranan media sosial terhadap pengetahuan pada dasarnya berfokus pada cara pikiran manusia menghadapi pesan-pesan media, menyaring pesan-pesan tersebut, memproses informasi, dan menyimpan informasi untuk digunakan nanti. Akan tetapi, kapasitas manusia dalam memproses informasi memiliki keterbatasan, atau yang disebut sebagai *cognitive capacity*, sehingga keterbatasan individu memproses informasi secara kognitif menyebabkan informasi yang diterima melalui media akan

diseleksi sebelum diproses oleh *common sense* (Lang, 2000, h. 47). Proses seleksi ini berbeda-beda berdasarkan latar belakang masing-masing individu, seperti tujuan personal, pengetahuan yang sebelumnya telah dimiliki, dan lingkungan (Lang, 2000, h. 64).

Peranan media sosial dapat berpengaruh positif ataupun negatif terhadap pengetahuan tergantung pada hasil pemrosesan informasi oleh individu. Hasil pemrosesan yang tidak sejalan dengan tujuan informasi atau informasi yang tidak benar secara faktual dapat menghasilkan nilai korelasi negatif antara peranan media sosial dan pengetahuan. Penelitian oleh Haugsgjerd, Karlsen, dan Steen-Johnsen (2023) menunjukkan hubungan korelasi negatif antara konsumsi berita di media sosial dengan pengetahuan politik. Hal ini dikarenakan konten berita di media sosial sangat kompleks dibandingkan media konvensional yang terbatas pada penyedia berita profesional, serta berita di media sosial cenderung menyesuaikan preferensi audiens sehingga kurang informatif dan beragam (Haugsgjerd, Karlsen, & Steen-Johnsen, 2023, h. 703).

Penelitian ini menunjukkan hasil peranan media sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengetahuan *stunting* sebesar 0,370 seperti pada Tabel 11. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dipercaya oleh pengguna sebagai sumber informasi dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk pengetahuan. Sehubungan dengan itu, aliran rasionalisme dalam pembentukan pengetahuan

mengatakan informasi merupakan faktor penting sebagai sumber pengetahuan, dan informasi yang diperoleh akan diproses oleh akal yang kemudian membandingkan ide dengan ide dan menciptakan pengetahuan (Rohman, 2014, h. 105-106). Penelitian ini menggambarkan bahwa para ibu menyimpan beberapa elemen pesan selama terpapar pesan terkait *stunting* di media sosial. Selanjutnya, mereka mengolah dan mengingatnya untuk menambah pengetahuan mereka terkait *stunting*. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi sebagai media edukasi *stunting* di kalangan ibu rumah tangga.

Peranan Media Sosial terhadap Sikap *Stunting*

Bentuk sikap dapat berupa perasaan-perasaan, keyakinan, dan kecenderungan bersikap (Baron & Byrne, 2004, h. 120). Pembentukan atau perubahan sikap dapat dilakukan dengan usaha yang disebut persuasi melalui berbagai jenis pesan. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa peranan media sosial tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap sikap *stunting* seperti pada Tabel 11. Akan tetapi, peranan media sosial memberikan pengaruh tidak langsung terhadap sikap melalui variabel pengetahuan sebesar 0,230 seperti pada Tabel 12. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi pemrosesan heuristik pada ibu rumah tangga ketika terpapar informasi terkait *stunting* di media sosial dan yang terjadi hanyalah pemrosesan sistemis dengan melibatkan variabel pengetahuan dalam perubahan sikap.

Asumsi teori kultivasi adalah makin banyak seseorang menggunakan media,

akan makin kuat dia menyamakan realitas media dengan realitas sebenarnya, sehingga hal ini dapat memperkuat kecenderungan individu memproses informasi secara heuristik. Akan tetapi, asumsi teori tersebut tidak terjadi dalam penelitian ini walau responden merupakan pengguna aktif media sosial. Hal ini terjadi karena paparan informasi *stunting* di media sosial tidak seragam sehingga tidak membentuk sebuah realitas. Teori *mass-self communication* menyebutkan bahwa media sosial memiliki kekhasan yang memungkinkan semua orang dapat menjadi sumber informasi, baik dengan mengunggah konten maupun sesederhana membagikan opini di kolom komentar. Karakteristik media sosial ini membuat informasi beredar secara masif dan tidak selalu seragam serta bisa bernada positif ataupun negatif. Semua orang dapat mengunggah konten sesuai keinginan tanpa melewati proses seleksi atau verifikasi sehingga menyebabkan peredaran informasi di media sosial sangat beragam dan dapat menimbulkan banjir informasi yang menghambat efek kultivasi.

Banjir informasi (*information overload*) secara sederhana diartikan sebagai terlalu banyak menerima informasi (Strother, Ulijin, & Fazal, 2012, h. 27). Schick (dalam Eppler & Mengis, 2004, h. 326) menyatakan bahwa individu akan mengalami kebingungan, penurunan kemampuan dalam memproses informasi, dan kesulitan untuk mengingat informasi yang sebelumnya mereka miliki ketika terpapar terlalu banyak informasi beragam. Media sosial meningkatkan banjir informasi dan menghambat pemahaman terhadap

informasi yang diterima (Jiang, Hou, & Wang, 2016, h. 213). Jiang menyoroti umpan balik beragam dari orang-orang pada konten di media sosial yang justru secara langsung berpengaruh terhadap pemahaman informasi karena dapat menyebabkan distorsi makna dari yang sebenarnya dimaksudkan oleh konten asli.

Memersuasi audiens akan lebih mudah untuk dilakukan ketika banjir informasi rendah. Banjir informasi menghambat persuasi karena ketika menerima terlalu banyak informasi, individu akan mempertahankan sikap dengan berbagai cara, seperti memperkuat sikap, memberikan argumen balasan, memberikan pandangan negatif terhadap informasi baru, memilah-milah paparan media yang diterimanya, mencari validasi sosial akan sikapnya, dan menghina sumber informasi untuk menahan diri dari perubahan sikap (Jacks & Cameron, 2003, h. 148). Kondisi ini terjadi hingga individu tersebut menemukan pemahaman kognitif yang mendukung kepercayaan lamanya ataupun pada akhirnya mengubah sikap seiring pengaruh informasi baru yang dapat dipercaya dan paparan terus-menerus secara konsisten. Hal ini yang menyebabkan perubahan sikap tidak terjadi secara linier dalam diri individu yang terpapar terlalu banyak informasi (banjir informasi). Adanya pemikiran mendalam secara kognitif diperlukan untuk mencerna informasi yang berisi kebenaran dan bermanfaat. Oleh karena itu, media sosial mampu membuat audiens sadar terhadap isu *stunting*, tetapi perubahan sikap tidak

terjadi secara langsung (pemrosesan heuristik) dan perlu melewati variabel pengetahuan (pemrosesan sistemik).

Hasil penelitian pada kelompok kecil homogen atau yang melibatkan intervensi cenderung menunjukkan hasil peranan media sosial memiliki pengaruh langsung terhadap sikap, misalnya pada penelitian Silaningrum (2022); Athey, Grabarz, Luca, dan Wernerfelt (2023); Kite dkk. (2023); dan Ghahramani, de Courten, dan Provofieva (2023). Hal ini disebabkan oleh adanya pembatasan paparan informasi atau responden yang memiliki ketertarikan (*interest*) seragam serta adanya kecenderungan media untuk menarik audiens yang sikapnya memang sejalan. Oleh karena itu, *information overload* tidak terjadi dalam populasi penelitian dan media sosial menjadi penguat terhadap sikap yang memang sudah ada pada individu responden.

Peranan Media Sosial terhadap Literasi *Stunting*

Era digital mengubah cara pandang literasi konvensional dengan kehadiran media massa baru, seperti blog dan berbagai jenis media sosial yang memiliki tempat tersendiri dalam pembentukan literasi, terutama di kalangan generasi muda (Ghanney, Antwi, & Agyeman, 2017, h. 290). Generasi muda saat ini lebih sedikit membaca buku dibandingkan generasi terdahulu, tetapi mereka banyak memperoleh informasi dari internet. Literasi *stunting* sendiri merupakan *skill* atau kemampuan dalam menghadapi isu *stunting*, yang dalam penelitian ini dimaknai sebagai tindakan identifikasi, tindakan pencegahan, dan tindakan koreksi *stunting*.

Model struktural analisis jalur yang dilakukan pada penelitian ini mengeliminasi jalur hubungan pengaruh langsung peranan media sosial terhadap literasi *stunting* untuk mendapatkan model yang tepat. Oleh karena itu, pengujian terpisah dengan regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS dilakukan agar dapat menampilkan nilai pengaruh langsung peranan media sosial terhadap literasi *stunting*, seperti terlihat pada Tabel 14.

Tabel 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig	Ket
Peranan media sosial	0,032	0,465	0,643	NS
Pengetahuan	0,21	2,539	0,012	*
<i>stunting</i>				
Sikap <i>stunting</i>	0,57	6,887	0,000	*
Konstanta	16,962			
<i>Adjusted R square</i>	0,538			

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Keterangan:

* signifikan pada *alpha* 5 persen

NS: *not significant* atau tidak signifikan pada *alpha* 5 persen

Tabel 14 menunjukkan variabel peranan media sosial tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel literasi *stunting*. Akan tetapi, peranan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi *stunting* melalui variabel pengetahuan dan sikap seperti pada Tabel 13. Ini terjadi karena penggunaan media sosial tidak hanya terfokus pada isu *stunting*. Media sosial dimanfaatkan dan digunakan untuk kepentingan yang berbeda pada masing-masing orang sehingga pengaruh peranan media sosial terhadap literasi *stunting* merupakan pengaruh tidak langsung melalui variabel perantara. Penelitian Li dan Liu (2020) menunjukkan hasil serupa, yaitu media sosial tidak berpengaruh secara

langsung terhadap tindakan pencegahan Covid-19, melainkan media sosial memberikan pengaruh secara tidak langsung melalui peningkatan pengetahuan dan sikap.

Jalur hubungan yang menunjukkan pengaruh paling kuat adalah pengaruh tidak langsung peranan media sosial terhadap literasi *stunting* melalui variabel pengetahuan dan variabel sikap (IE 3). Variabel literasi *stunting* menunjukkan hubungan kuat dengan sikap *stunting* sebesar 0,574 dan variabel sikap *stunting* dipengaruhi oleh variabel pengetahuan sebesar 0,622 (Tabel 11). Sementara itu, nilai sobel tes IE 3 adalah sebesar $2,178 > 1,96$, yang berarti terdapat pengaruh signifikan peranan media sosial terhadap literasi *stunting* melalui variabel pengetahuan dan sikap. Angka-angka ini menunjukkan hubungan antarvariabel yang kuat di antara pengetahuan *stunting*, sikap *stunting*, dan literasi *stunting*.

Jalur pengaruh hubungan peranan media sosial seperti ini merupakan pemrosesan sistemik. Pemrosesan sistemik melibatkan pemikiran mendalam dengan melibatkan kognitif (pengetahuan) untuk melakukan persuasi. Hal ini konsisten dengan pendekatan respons kognitif terhadap persuasi, yaitu penerimaan pesan di jalur ini secara aktif memunculkan pemikiran-pemikiran yang menyenangkan dan/atau tidak menyenangkan sebagai respons terhadap komunikasi persuasif (pengetahuan memengaruhi sikap). Tujuan dari pemikiran kognitif tersebut adalah untuk mempertimbangkan manfaat informasi baru yang diperoleh dan

memastikan bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang benar (Petty, Briñol, & Priester, 2009, h. 132-143)

Perubahan sikap yang disertai artikulasi dan integritas terhadap struktur kognitif dari seseorang cenderung akan lebih mudah diakses dari memori, dipegang dengan keyakinan tinggi, dapat memprediksi perilaku individu, tertanam kuat seiring waktu, dan tahan terhadap perubahan hingga mendapat pertentangan dari informasi baru yang berlawanan dengan kepercayaannya (Petty, Briñol, & Priester, 2009, h. 134).

Peranan media sosial melakukan persuasi dengan melibatkan kognitif dapat dilihat dengan pendekatan dari teori efek media terhadap individu. Sejak pertama kali individu memperoleh informasi (*acquiring*), media sosial telah memberikan dampak dengan menyediakan elemen-elemen informasi yang meliputi fakta, gambar, suara, opini, dan lainnya yang kemudian menjadi bahan pemrosesan berpikir individu. Proses pengolahan informasi secara kognitif melibatkan *triggering* (menggerakkan), yang merupakan stimulus yang menyebabkan ingatan muncul kembali. Evaluasi kognitif di dalam diri individu terjadi pada proses ini, termasuk pula evaluasi terhadap emosi dan keyakinan. Individu akan mendebatkan informasi baru yang dia terima dengan informasi yang sebelumnya dimiliki untuk menciptakan sebuah pengetahuan baru. Jika informasi baru berhasil masuk dalam *common sense* dan menjadi pengetahuan baru dalam diri individu, media sosial berhasil memberikan

efek *altering* (mengubah), tidak hanya pengetahuan, tetapi juga keyakinan dan sikap serta suasana hati individu. Media sosial juga memberikan efek *reinforcing* (menguatkan) dengan paparan informasi yang terus-menerus dan berulang. Biasanya efek ini akan makin kuat jika tidak terdapat *information overload*. Media sosial dapat memaparkan realita yang sama secara terus-menerus dan menyebabkan struktur pengetahuan individu cenderung kaku dan sulit diubah.

SIMPULAN

Media sosial saat ini banyak digunakan sebagai alat penyebaran informasi, termasuk dalam kampanye penurunan angka *stunting*. Diseminasi informasi terkait *stunting* merupakan salah satu bentuk upaya intervensi sensitif dengan tujuan meningkatkan literasi *stunting* masyarakat, meliputi peningkatan pengetahuan dan pembentukan sikap pro penurunan angka *stunting*. Penelitian ini hendak menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung peranan media sosial terhadap literasi *stunting* melalui variabel pengetahuan dan sikap. Penelitian dilakukan pada 120 orang yang melibatkan ibu rumah tangga yang memiliki balita dari tiga kemandren di Kota Yogyakarta dengan tingkatan prevalensi *stunting* berbeda. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan peranan media sosial terhadap literasi *stunting* ibu rumah tangga di Kota Yogyakarta yang secara tidak langsung melalui variabel pengetahuan dan sikap. Sementara itu, tidak terdapat

pengaruh langsung peranan media sosial terhadap literasi *stunting* secara signifikan. Penelitian ini juga menunjukkan peranan media sosial tidak berpengaruh langsung terhadap sikap *stunting* secara signifikan. Pengaruh peranan media sosial terhadap sikap terjadi melalui variabel pengetahuan. Hal ini berarti bahwa pemrosesan terjadi hanya secara sistemis dan tidak ada pemrosesan heuristik. Peristiwa ini diduga disebabkan oleh *information overload* sebagai akibat adanya peredaran informasi yang masif dan beragam di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan media sosial adalah sumber informasi yang banyak digunakan oleh ibu rumah tangga, dipercaya sebagai sumber informasi, dan potensial untuk dimanfaatkan sebagai alat peningkatan literasi *stunting* terutama sebagai media edukasi. Namun demikian, karakteristik media sosial, yaitu *mass self-communication* berpeluang besar memberikan hambatan dalam persuasi dengan adanya kemungkinan penyebaran informasi yang salah, meningkatkan *information overload*, dan melemahkan efek kultivasi media.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed). Berkshire, England: Open University Press.
- Annur, C. M. (2023, Juni 19). DI Yogyakarta raih indeks literasi digital tertinggi nasional pada 2022. *Katadata.co.id*. <<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/5a3963423228f2a/di-yogyakarta-raih-indeks-literasi-digital-tertinggi-nasional-pada-2022>>
- APJII. (2023). *Profil internet Indonesia*. <<https://survei.apjii.or.id/>>
- Athey, S., Grabarz, K., Luca, M., & Wernerfelt, N. (2023). Digital public health interventions at scale: The impact of social media advertising on beliefs and outcomes related to COVID vaccines. *Proceedings of the National Academy of Science of the United States of America*, 120 (5), e2208110120, 1-8. <<https://doi.org/10.1073/pnas.2208110120>>
- Azriani, D., Masita., Qinthara, N. S., Yulita, I. N., Agustian, D., Zuhairini, Y., & Dhamayanti, M. (2024). Risk factors associated with stunting incidence in under five children in Southeast Asia: A scoping review. *Journal of Health Population and Nutrition*, 43, 174, 1-13. <<https://doi.org/10.1186/s41043-024-00656-7>>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Psikologi sosial*. Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Biswas, Md. R., Ali, H., Ali, R., & Shah, Z. (2022). Influences of social media usage on public attitudes and behavior toward COVID-19 vaccine in the Arab world. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 18(5), e2074205, 1-13. <<https://doi.org/10.1080/21645515.2022.2074205>>
- Branca, F., & Ferrari, M. (2002). Impact of micronutrient deficiencies on growth: The stunting syndrome. *Annals of Nutrition and Metabolism*, 46(1), 8–17. <<https://doi.org/10.1159/000066397>>
- Castells, M. (2013). *Communication power*. Gosport, UK: Ashford Colour Press Ltd.
- Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta. (2023a). *Data balita stunted di Kota Yogyakarta per September 2022*. Yogyakarta, Indonesia: Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta.
- , (2023b). *Profil kesehatan Kota Yogyakarta 2023*. <<https://kesehatan.jogjakota.go.id/berita/id/470/profil-kesehatan-kota-yogyakarta-tahun-2023/>>

- Eldridge, A. (2023, Juni 29). Generation Z. *Encyclopedia Britannica*, <<https://www.britannica.com/topic/Generation-Z>>
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2014). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325-244. <<https://doi.org/10.1080/01972240490507974>>
- Ghahramani, A., de Courten, M., & Provofieva, M. (2022). The potential of social media in health promotion beyond creating awareness: An integrative review. *BMC Public Health*, 22, 2402. <<https://doi.org/10.1186/s12889-022-14885-0>>
- Ghanney, R. A., Antwi, T., & Agyeman, E. A. (2017). The effect of social media on literacy development among pupils in junior high school in Ghana. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(16), 287-301. <<https://doi.org/10.14738/assrj.416.3603>>
- Gough, A., Hunter, R.F., Ajao, O., Jurek, A., McKeown, G., Hong, J., ... Kee, F. (2017). Tweet for behavior change: Using social media for the dissemination of public health messages. *JMIR Public Health Surveill*, 3(1), e14. <<https://doi.org/10.2196/publichealth.6313>>
- Guerrant, R. L., DeBoer, M. D., Moore, S. R., Scharf, R. J., & Lima, A. A. M. (2013). The Impoverished gut—a triple burden of diarrhoea, stunting and chronic disease. *Nature Reviews Gastroenterology & Hepatology*, 10, 220-229. <<https://doi.org/10.1038/nrgastro.2012.239>>
- Hafid, F., Taqwin, T., Linda, L., Nasrul, N., Ramadhan, K., & Bohari, B. (2021). Specific interventions to prevent stunting in children under 2 years after the natural disaster. *Macedonian Journal of Medical Sciences*, 9(E), 64–69. <<https://doi.org/10.3889/oamjms.2021.5677>>
- Haugsgjerd, A., Karlsen, R., & Steen-Johnsen, K. (2023). Uninformed or misinformed in the digital news environment? How social media news use affects two dimensions of political knowledge. *Political Communication*, 40(6), 700-718. <<https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2222070>>
- Imani, N. (2020). *Stunting pada anak: Kenali dan cegah sejak dini*. Yogyakarta, Indonesia: Hijaz Putaka Mandiri.
- Jacks, J. Z., & Cameron, K. A. (2003). Strategies for resisting persuasion. *Basic and Applied Social Psychology*, 25(2), 145-161. <https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2502_5>
- Jiang, T., Hou, Y., & Wang, Q. (2016). Does micro-blogging make us ‘shallow’? Sharing information online interferes with information comprehension. *Computers in Human Behavior*, 59, 210-214. <<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.008>>
- Katadata Insight Center. (2023, Februari 1). Status literasi digital di Indonesia. *Katadata.co.id*. <<https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/02/01/status-literasi-digital-di-indonesia-2022>>
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). *Prevalensi stunting di Indonesia turun ke 21,6% dari 24,4%*. <<https://kemkes.go.id/id/prevalensi-stunting-di-indonesia-turun-ke-216-dari-244>>
- Kite, J., Chan, L., MacKay, K., Corbett, L., Reyes-Marcelino, G., Nguyen, B., ... Freeman, B. (2023). A model of social media effects in public health communication campaigns: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e46345. <<https://doi.org/10.2196/46345>>
- Lang, A. (2000). The limited capacity model of mediated message processing. *Journal of Communication*, 50(1), 46-70. <<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02833.x>>
- Li, X., & Liu, Q. (2020). Social media use, ehealth literacy, disease knowledge, and preventive behaviours in the COVID-19 pandemic: Cross-sectional study on Chinese netizens. *Journal of Medical Internet Research*, 22(10). <<https://doi.org/10.2196/19684>>
- McKinsey & Company. (2024). *What is gen Z?*. <[https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z#/>](https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z#/)

- Mitra. (2015). Permasalahan anak pendek (stunting) dan intervensi untuk mencegah terjadinya stunting (Suatu kajian kepustakaan). *Jurnal Kesehatan Komunitas*, 2(6). 254-261. <<https://doi.org/10.25311/jkk.Vol2.Iss6.85>>
- Ozimek, P., Brailovskaia, J., & Beirhoff, H-W. (2023). Active and passive behavior in social media: Validating the social media activity questionnaire. *Telematics and Information Reports*, 10, 100048, 1-10. <<https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100048>>
- Petty, R. E., Briñol, P., Priester, J. R. (2009). Mass media attitude change: Implications of the elaboration likelihood model of persuasion. Dalam Jennings Bryant & Mary Beth Oliver (ed), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed) (h. 125-164). New York, NY: Routledge.
- Potter, W. J. (2012). *Media effects*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Inc.
- Prendergast, A. J., & Humphrey, J. H. (2014). The stunting syndrome in developing countries. *Paediatrics and International Child Health*, 34(4), 250-265. <<https://doi.org/10.1179/2046905514Y.0000000158>>
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among Makarti: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 123-134. <<http://dx.doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>>
- Rohman, A., Rukiyati, & Purwastuti, L. A. (2014). *Epistemologi dan logika: Filsafat untuk pengembangan pendidikan*. Yogyakarta, Indonesia: Aswaja Pressindo
- Silaningrum, R. (2022). Peranan media sosial dalam membangun kompetensi literasi sampah pada generasi muda di Kabupaten Sleman. *Jurnal Kawistara: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 12(3), 401-418. <<https://doi.org/10.22146/kawistara.73714>>
- Simanjuntak, M., Yuliati, L. N., Rizkillah, R., & Maulidina, A. (2022). Pengaruh inovasi edukasi gizi masyarakat berbasis social media marketing terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku dalam upaya pencegahan stunting. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 15(2), 164-177. <<https://doi.org/10.24156/jikk.2022.15.2.164>>
- Strother, J. B., Ulijin, J. M., Fazal, Z. (2012). *Information overload: An international challenge for professional engineers and technical communicators*. Piscataway, NJ: IEEE Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan (Kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D, dan penelitian pendidikan*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2021). *Introducing communication theory: Analysis and Application*. New York, NY: McGraw-Hill LLC.
- World Health Organization. (2019). Malnutrition in children. Dalam *Nutrition Landscape Information System (NLiS): Country profile indicators interpretation guide* (h. 2-6). Geneva: World Health Organization. <<https://www.jstor.org/stable/resrep27904.6>>