



PKM Terintegrasi MBKM Kolaborasi Nasional; “Melalui Pemasaran Sosial Cegah Stunting Menuju Generasi Emas” di Posyandu Bogenville Puskesmas Paccerakang, Kota Makassar

Wa Ode Salma¹, Sirajuddin^{2*}, Manjilala³, Lydia Fanny⁴, Nurmawati Hasan⁵

¹ Departemen Ilmu Gizi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Halu Oleo, Kendari, email: waode.salma@uho.ac.id

² Prodi Profesi Dietisien, Politeknik Kesehahatan Makassar Kementrian Kesehatan RI, Makassar, email: sirajuddin.gizi@poltekkes-mks.ac.id

³ Jurusan Gizi, Politeknik Kesehahatan Makassar Kementrian Kesehatan RI, Makassar, email: manjilala@poltekkes-mks.ac.id

⁴ Prodi Gizi dan Dietetika, Politeknik Kesehahatan Makassar Kementrian Kesehatan RI, Makassar, email:

lydiafanny1968@gmail.com

⁵ Bagian Gizi Puskesmas Paccerakkang, Makassar, email: nurmawatihasan@gmail.com

ABSTRACT

Community Service Activities (PKM) are integrated with the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program, involving not only educators but also students in community service efforts to prevent stunting towards a golden generation. The goal of this activity is to enhance the knowledge of the community involved in stunting prevention and to promote high-protein porridge formula products (MP-ASI) for children aged 7-11 months. This initiative uses a community-based prevention marketing approach and collaborates with local communities as partners to develop a series of behavioral change interventions aimed at increasing community knowledge in stunting prevention. The activities are conducted at Posyandu Bogenville, within the operational area of the Paccerakkang Health Center. The respondents include 34 mothers of toddlers, 5 health center staff, 4 cadres, and 7 students from the Nutrition Department of Poltekkes Makassar Kemenkes. The results of the activities show that the average knowledge level of respondents, after receiving nutrition education and viewing the contents of the Benner media (PostTest), increased from 78% to 94%. It can be concluded that the use of Benner media and the dissemination of information through nutrition education about high-protein porridge (BuProt) made from local food ingredients is an effective, simple, and cost-effective form of social marketing for stunting prevention.

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terintegrasi dengan kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), sehingga selain tenaga pengajar, mahasiswa juga aktif terlibat dalam kegiatan pengabdian ini sebagai upaya pencegahan stunting menuju generasi emas. Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan pengetahuan komunitas yang terlibat dalam pencegahan stunting dan mengsosialisasikan MP-ASI Produk Formula Bubur Protein Tinggi untuk anak usia 7-11 bulan. Kegiatan ini menggunakan pendekatan pemasaran pencegahan berbasis masyarakat dan bekerja sama dengan masyarakat setempat sebagai mitra untuk mengembangkan serangkaian intervensi perubahan perilaku guna meningkatkan pengetahuan di masyarakat dalam upaya pencegahan stunting. Tempat pelaksanaan kegiatan ini di Posyandu Bogenville, di Wilayah Kerja Puskesmas Paccerakkang. Responden adalah ibu balita sebanyak 34 orang, staff puskesmas 5 orang dan kader sebanyak 4 orang dan 7 orang mahasiswa Jurusan gizi Poltekkes Makassar Kemenkes. Hasil Kegiatan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pengetahuan responden setelah di beri edukasi gizi dan diperlihatkan isi media Benner (PostTest), ada peningkatan pengetahuan komunitas yang terlibat dalam pencegahan stunting dari 78% menjadi 94 %. Dapat disimpulkan; Penggunaan media Benner dan penyebaran informasi melalui edukasi gizi tentang MP-ASI Bubur Protein Tinggi berbahan dasar pangan lokal (Produk BuProt) merupakan salah satu bentuk pemasaran social pencegahan stunting, yang dinilai cukup efektif, sederhana dan cost-effective.

Keywords : Banner; BuProt; high-protein porridge; local food; complementary foods to breast milk; stunting

Kata Kunci : Benner; BuProt, pangan lokal; MP-ASI; stunting

Correspondence : Sirajuddin

Email : sirajuddin.gizi@poltekkes-mks.ac.id, no kontak (+62 813-4217-6979)

• Received 26 Juli 2024 • Accepted 31 Juli 2024 • Published 31 Juli 2024

• e - ISSN : 2961-7200 • DOI: <https://doi.org/10.56742/jpm.v3i2.91>

PENDAHULUAN

Stunting merupakan salah satu hambatan paling signifikan bagi perkembangan manusia dan secara global mempengaruhi sekitar 162 juta anak balita sebagai penanda risiko perkembangan anak yang buruk sebelum usia dua tahun dan diprediksi hasil kognitif dan pendidikan yang lebih buruk di masa kanak-kanak dan remaja [1]. Fenomena Stunting dikaitkan dengan berat lahir anak rendah, dan mencerminkan kegagalan untuk menerima nutrisi yang cukup selama jangka waktu yang panjang [2–5]. Identifikasi kesehatan dan gizi ibu yang buruk, praktik pemberian makan bayi dan anak yang tidak memadai, dan infeksi sebagai penyebab utama stunting pada anak di bawah 5 tahun [6]. Meskipun prevalensi stunting di Indonesia telah menurun, namun masih belum memenuhi target nasional 2024 yaitu sebesar 14%. Hal ini mengindikasikan bahwa prevalensi stunting perlu menurun sekitar 10,4 atau 3,5% per tahun. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi yang tepat untuk menurunkan prevalensi stunting agar target nasional dapat tercapai [7].

Salah satu upaya pencegahan stunting adalah penyebaran informasi atau kampanye yang menyebarluaskan informasi dengan berbicara langsung kepada publik atau melalui berbagai media massa (misalnya, radio, televisi, internet, buletin dan media lainnya [8]. Selain itu pendekatan pemasaran sosial pencegahan berbasis masyarakat dan bekerja sama dengan masyarakat setempat sebagai mitra dilakukan untuk mengembangkan serangkaian intervensi perubahan perilaku guna meningkatkan pola makan sehat di masyarakat untuk pencegahan stunting [7].

Paparan ibu terhadap media massa secara signifikan berhubungan dengan stunting dan mengurangi tingkat stunting pada anak usia 2 tahun [9,10]. Kami ingin melakukan kegiatan pemasaran soaial pencegahan stunting dalam bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat yang terintegrasi dengan kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan pengetahuan komunitas yang terlibat dalam pencegahan stunting dan

mengsosialisasikan MP-ASI Produk Formula Bubur Protein Tinggi di Posyandu Bogenville Wilayah Kerja Puskesmas Paccerakkang.

METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan pemasaran pencegahan berbasis masyarakat dan bekerja sama dengan masyarakat setempat sebagai mitra untuk mengembangkan intervensi perubahan perilaku guna meningkatkan pengetahuan di masyarakat dalam upaya pencegahan stunting. Kegiatan ini dilaksanakan di Posyandu Bogenville, di Wilayah Kerja Puskesmas Paccerakkang. Responden adalah ibu balita sebanyak 34 orang, staff puskesmas 5 orang dan kader sebanyak 4 orang dan 7 orang mahasiswa Jurusan gizi Poltekkes Makassar Kemenkes. Instrumen yang digunakan adalah Kuesioner dan media *Benner*. Pre-test dilakukan sebelum edukasi gizi (Mengsosialisasikan MP-ASI Produk Formula Bubur Protein Tinggi) dan pemasangan benner (Pengetahuan tentang Stunting). Kemudian dilakukan post-test untuk mengetahui ada tidaknya perubahan pengetahuan setelah dilakukan edukasi gizi dan pemasangan media *Benner*.

Produk MP-ASI Bubur Protein Tinggi disosialisasikan karena sudah sesuai dengan standar formula makanan anak usia 7 bulan sampai usia 11 bulan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan anak. Selain itu Produk ini telah telah memperoleh Sertifikat Hak Cipta dengan nomor pencatatan 00638946 dari Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, dengan nomor pendaftaran; EC002002463591, tertanggal 11 Juli 2024.

HASIL

Pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan di Wilayah Kerja Puskesmas Paccerakkang yang melibatkan 43 peserta dengan memberikan materi tentang MP-ASI. Sebelum pemberian materi tim PKM melakukan pengukuran tingkat pengetahuan peserta begitupula setelah pemberian materi. Adapun hasil perbandingan tingkat pengetahuan sebelum

dan sesudah pemberian materi dapat dipaparkan

pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Pengetahuan tentang Cegah Stunting dan Kandungan Gizi Produk

Katagori pengetahuan	Pre test		Post test	
	n	%	n	%
Baik	39	78,0	47	94,0
Cukup	11	22,0	3	6,0
Total	50	100	50	100

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa hasil Pre-test menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pengetahuan responden sebelum diberikan edukasi gizi dan sebelum diperlihatkan isi media *Benner* diketahui sebanyak 39 orang (78,0%) dengan kategori baik, dan sebanyak 11 orang (22,0%) dengan kategori cukup. Sedangkan hasil Post-test, menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pengetahuan responden setelah diberi edukasi gizi dan diperlihatkan isi media *Benner*, diketahui sebanyak 47 orang (94,0%) dengan kategori baik dan hanya 3 orang (6,0 %) dengan kategori cukup.



Gambar 3. Petugas Puskesmas Pacerakkang, Kader Posyandu dan Mahasiswa

PEMBAHASAN

Pendekatan perubahan sosial dan perilaku yang paling banyak digunakan adalah komunikasi interpersonal dan media serta mobilisasi masyarakat/sosial, terkait intervensi perubahan komunikasi sosial dan perilaku pada program berbasis masyarakat, seperti sosialisasi makanan protein tinggi dan keragaman makanan, inisiasi menyusui dini (pemberian ASI eksklusif), pengetahuan dan praktik terhadap MP-ASI pada bayi dan anak balita untuk mengurangi prevalensi stunting [11]. Tindakan ini terbukti dapat meningkatkan pengetahuan, perubahan perilaku dan kesadaran masyarakat sehingga dilaporkan penurunan tingkat stunting [12,13].

Pemasaran sosial pencegahan stunting melalui media *Benner* dan edukasi gizi dengan mensosialisasikan MP-ASI telah terbukti efektif. Produk Formula Bubur Protein Tinggi, diketahui ada peningkatan pengetahuan komunitas yang terlibat dalam pencegahan stunting dari 78% menjadi 94 %. Pada umumnya komunitas yang terlibat pencegahan stunting sudah mengetahui definisi dan ciri anak stunting serta pengetahuan pemanfaatan pangan lokal untuk MP-ASI. Namun peningkatan pengetahuan sekitar 16% ini mungkin terkait nilai gizi produk serta potensi



Gambar 1. Tim dosen dan Mahasiswa Poltekkes Makassar Kemenkes



Gambar 2. Pemberian Produk Bubur Tinggi Protein kepada Anak Usia 7 – 11 Bulan

peranya terhadap daya tahan tubuh, pertumbuhan dan perkembangan anak.

Kami melakukan sosialisasi pengenalan Produk MP-ASI Bubur Protein Tinggi (Formula *BUPROT*) sekaligus pemberian MP-ASI langsung kepada anak usia 7- 11 bulan, sebagai upaya bentuk dukungan sosial untuk mencegah stunting. Pengamatan kami dilokasi kegiatan bahwa Produk ini sangat disukai oleh anak-anak tidak hanya usia bayi namun beberapa anak balita juga menyukai produk ini terbukti mereka menghabiskannya dalam 1 Cup (100 g BuProt). Kami merekomendasikan agar masyarakat setempat perlu memanfaatkan atau memodifikasi pangan fungsional lokal untuk memenuhi kebutuhan asupan gizi anak mereka. Selain itu Peningkatan promosi kesehatan dan efikasi diri terkait MP-ASI terutama ibu yang memiliki bayi dan anak balita sangat penting dilakukan untuk pencegahan stunting.

Strategi promosi kesehatan terdiri dari advokasi, dukungan sosial, dan pemberdayaan masyarakat. Dukungan sosial merupakan informasi verbal atau nonverbal, saran, bantuan nyata, atau perilaku yang diberikan oleh orang yang mengenal subjek dalam lingkungan sosialnya atau berupa kehadiran dan hal-hal yang dapat memberikan manfaat emosional atau mempengaruhi perilaku penerimanya. Dalam hal ini dukungan sosial sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mendukung perilaku pencegahan dan pengendalian stunting [14].

Efikasi diri merupakan salah satu karakteristik terpenting yang menentukan perubahan perilaku. Efikasi diri, merupakan keyakinan bahwa diri sendiri akan berhasil dalam melakukan Tindakan serta kemampuan mengendalikan perilaku dalam mencegah dan mengendalikan stunting [14]. Ibu dengan efikasi diri yang rendah umumnya tidak memiliki kemauan untuk memberikan gizi dan aktivitas fisik yang sehat bagi anaknya. Sebaliknya jika efikasi diri ibu tinggi, maka akan meningkatkan keyakinan ibu dalam mengasuh dan membesarkan anak dengan baik [15]. Terdapat hubungan yang signifikan ($<0,05$) antara pengetahuan ibu dengan

efikasi diri ibu mengenai pencegahan stunting [16].

SIMPULAN

Pengunaan media *Benner* dan penyebaran informasi melalui edukasi gizi tentang MP-ASI Bubur Protein tinggi merupakan salah satu bentuk pemasaran social pencegahan stunting, yang dinilai cukup efektif, sederhana dan cost-effective. Selain itu ada peningkatan pengetahuan masyarakat melalui media *Benner* dan edukasi gizi. Diharapkan pemanfaatan media massa perlu menjadi bahan pertimbangan untuk penyebaran informasi yang lebih luas terkait kegiatan diposyandu Bogenville dengan tema cegah stunting menuju generasi emas (misalnya media social/media massa dalam bentuk digital dan Buletin secara online).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Direktur Politeknik Makassar Kemenkes RI, Kepala Puskesmas Paccerrakkang, kader kesehatan dan masyarakat yang telah berkontribusi positif sehingga kegiatan ini dapat berjalan sesuai harapan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Laksono AD, Wulandari RD, Amaliah N, Wisnuwardani RW. Stunting among children under two years in Indonesia: Does maternal education matter? Plos one. 2022;17(7):e0271509. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
2. Salma WO, La Ode Muhammad Yasir Haya ST, Binekada IMC, Repro M, Onk SBK, La Ode Alifariki SK. Buku Referensi Potret Masyarakat Pesisir Konsep Inovasi Gizi & Kesehatan. Jakarta. Deepublish; 2021. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
3. Titaley CR, Ariawan I, Hapsari D, Muasyaroh A, Dibley MJ. Determinants of the stunting of children under two years old in Indonesia: a multilevel analysis of the 2013 Indonesia Basic Health Survey. Nutrients. 2019;11(5):1106. [[View at](#)]

- [Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
4. Haile D, Azage M, Mola T, Rainey R. Exploring spatial variations and factors associated with childhood stunting in Ethiopia: spatial and multilevel analysis. *BMC pediatrics*. 2016;16(1):1–14. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
5. Usman S, Salma WO, Asriati A. Determinants of Stunting Incidence in Children Under Five Years of Age at the Rumbia Health Center, Indonesia. *Journal of Client-Centered Nursing Care*. 2021;7(4):295–302. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
6. World Health Organization. Global nutrition targets 2025: stunting policy brief. 2014. p. 1–2. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
7. Merritt RK, de Groot J, Almajali L, Patel N. Using Community-Based Prevention Marketing to Generate Demand for Healthy Diets in Jordan. *Nutrients*. 2021;13(9):3068. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
8. Huo S, Wang K, Liu Z, Yang Y, Hee JY, He Q, et al. Influence of maternal exposure to mass media on growth stunting among children under five: mediation analysis through the water, sanitation, and hygiene program. *JMIR Public Health and Surveillance*. 2022;8(4):e33394. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
9. Sarma H, Khan JR, Asaduzzaman M, Uddin F, Tarannum S, Hasan MM, et al. Factors influencing the prevalence of stunting among children aged below five years in Bangladesh. *Food and nutrition bulletin*. 2017;38(3):291–301. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
10. Hanson C, Allen E, Fullmer M, O'Brien R, Dearden K, Garn J, et al. A National Communication Campaign in Indonesia is associated with improved WASH-related knowledge and behaviors in Indonesian mothers. *International journal of environmental research and public health*. 2020;17(10):3727. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
11. Ahmad Darajat DA, Tukimin Sansuwito ST, Mayasyanti Dewi Amir DAM, Hendri Hadiyanto HH, Dessy Abdullah AD, Nadia Purnama Dewi PDN, et al. Social behavior changes communication intervention for stunting prevention: A systematic review. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*. 2022;10(G):209–17. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
12. Ntenda PAM. Association of low birth weight with undernutrition in preschool-aged children in Malawi. *Nutrition journal*. 2019;18(1):1–15. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
13. Adedokun ST, Yaya S. Factors associated with adverse nutritional status of children in sub-Saharan Africa: Evidence from the Demographic and Health Surveys from 31 countries. *Maternal & child nutrition*. 2021;17(3):e13198. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
14. Soviyati E, Sulaeman ES, Sugihardjo I, Wiboworini B. Effect of applying the health promotion model in stunting prevention and behavior control in Indonesia. *Journal of education and health promotion*. 2023;12(1):227. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
15. Bandura A. Health promotion by social cognitive means. *Health education & behavior*. 2004;31(2):143–64. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]
16. Fatimah WD. Hubungan antara Pengetahuan dan Efikasi Diri Ibu tentang Pencegahan Stunting pada Anak Usia 6-24 Bulan. Universitas Gadjah Mada; 2021. [[View at Publisher](#)] [[Google Scholar](#)]