



## STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENDORONG PERILAKU GIZI SEHAT DI MASYARAKAT

### *COMMUNICATION STRATEGIES IN ENCOURAGING HEALTHY NUTRITIONAL BEHAVIOR IN THE COMMUNITY*

Zeni Argeta Manik<sup>1</sup>, Azqa Nasywa Ramadhani<sup>2</sup>, Natalia Chynta Sinaga<sup>3</sup>, Rahesty Simanjuntak<sup>4</sup>, Lidiya Saputri Marbun<sup>5</sup>, Syairal Fahmy Dalimunthe<sup>6</sup>

Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Medan

Email: argetamanik@gmail.com

---

#### Article Info

##### Article history :

Received : 26-09-2025

Revised : 28-09-2025

Accepted : 30-09-2025

Published : 02-10-2025

#### Abstract

*Indonesia currently faces the Double Burden of Malnutrition phenomenon, a situation where malnutrition persists alongside increasing cases of overnutrition and obesity due to changes in modern dietary patterns. This study uses a qualitative descriptive approach with a literature review method to analyze the role of communication strategies in promoting healthy nutritional behaviors. The results indicate that effective nutrition communication strategies not only convey information but also shape public understanding, attitudes, and behavior change. Social media plays a significant role as a primary channel for disseminating nutrition information due to its broad reach, low cost, and support for two-way interaction. Various studies have shown that social media-based nutrition campaigns can increase knowledge and motivation for healthy behaviors, especially among adolescents. However, challenges include low nutritional literacy, minimal social support, widespread misinformation, and uncertain content quality. Therefore, nutrition communication strategies need to be directed at delivering valid, engaging, contextual messages, and supported by the social environment to truly encourage healthy nutritional behaviors in the community.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Healthy Nutrition, Nutritional Behavior*

---

#### Abstrak

Indonesia saat ini menghadapi fenomena *Beban Ganda Gizi* (Double Burden of Malnutrition), yaitu kondisi ketika masalah kekurangan gizi masih berlangsung bersamaan dengan meningkatnya kasus kelebihan gizi dan obesitas akibat perubahan pola makan modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka untuk menganalisis peran strategi komunikasi dalam mendorong perilaku gizi sehat. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi komunikasi gizi yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk pemahaman, sikap, dan perubahan perilaku masyarakat. Media sosial memiliki peran signifikan sebagai saluran utama penyebaran informasi gizi karena jangkauannya luas, biaya rendah, serta mendukung interaksi dua arah. Berbagai penelitian membuktikan bahwa kampanye gizi berbasis media sosial mampu meningkatkan pengetahuan dan motivasi untuk berperilaku sehat, terutama di kalangan remaja. Namun, tantangan yang dihadapi meliputi rendahnya literasi gizi, minimnya dukungan sosial, serta maraknya misinformasi dan kualitas konten yang tidak terjamin. Oleh karena itu, strategi komunikasi gizi perlu diarahkan pada penyampaian pesan yang valid, menarik, kontekstual, serta didukung lingkungan sosial agar benar-benar mampu mendorong perilaku gizi sehat di masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Gizi Sehat, Perilaku Gizi



## PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi fenomena Beban Ganda Gizi (Double Burden of Malnutrition), di mana masalah kekurangan gizi hidup berdampingan dengan masalah kelebihan gizi. Selama dekade terakhir, fokus program kesehatan seringkali berpusat pada penanggulangan masalah kekurangan gizi, seperti stunting dan gizi kurang. Meskipun upaya ini menunjukkan hasil yang positif, munculnya masalah gizi terkait gaya hidup dan pola makan modern menuntut perumusan strategi komunikasi yang baru dan relevan (Tarmizi, 2023).

Data terbaru dari Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2024 memberikan justifikasi kuat bagi perlunya pembaharuan fokus komunikasi. Data ini menunjukkan tren positif pada aspek kekurangan gizi. Prevalensi stunting nasional menunjukkan penurunan, mencapai 19.8%. Capaian ini merupakan bukti bahwa intervensi kuratif dan preventif berbasis kekurangan gizi telah dilaksanakan dengan efektif. Namun, keberhasilan ini diimbangi dengan ancaman gizi yang berasal dari perubahan gaya hidup dan pola makan. Tingginya konsumsi makanan cepat saji dan rendahnya kesadaran gizi seimbang berkorelasi dengan peningkatan status gizi lebih dan obesitas

Gizi masyarakat merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam kesehatan. Namun, saat ini masih banyak tantangan yang dihadapi, seperti tingginya konsumsi makanan cepat saji, rendahnya kesadaran terhadap gizi seimbang, serta meningkatnya risiko penyakit akibat pola makan yang kurang sehat. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya komunikasi yang mampu mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih baik. Komunikasi memiliki peran strategis dalam membangun pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gizi. Informasi yang disampaikan ini sangat tepat untuk memengaruhi pengetahuan dan sikap. Tetapi, penyampaian ini sering sekali tidak efektif jika tidak disertai dengan strategi komunikasi.

Untuk menjawab tantangan ini, diperlukan strategi komunikasi kesehatan yang tepat sasaran. Komunikasi bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pemahaman, membentuk sikap, dan mendorong perubahan perilaku. Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) yang dikembangkan Ajzen (1991) menjelaskan bahwa pengetahuan saja tidak cukup untuk menghasilkan perubahan perilaku. Terdapat intention-behavior gap, yaitu kesenjangan antara niat yang baik dan perilaku nyata, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor lingkungan, kebiasaan sosial, serta aspek psikologis.

Di era digital, media sosial menawarkan kemudahan penyebaran informasi dan memfasilitasi interaksi personal antara penyampai pesan dan penerima. Hal ini menjadikan platform tersebut saluran yang sangat penting dalam pelaksanaan kampanye kesehatan, seperti yang terbukti efektif dalam memperluas jangkauan informasi pencegahan *stunting*. Meskipun demikian, terdapat kesenjangan kritis: banyaknya informasi kesehatan yang beredar di media sosial belum sepenuhnya mampu mengubah perilaku masyarakat.

Media sosial muncul sebagai kanal komunikasi yang menjangkau berbagai kelompok umur dan lapisan sosial. Platform ini menyediakan kemampuan distribusi informasi yang cepat dan potensi interaksi dua arah. Namun bukti dari studi literatur menunjukkan dua hal penting. Pertama media sosial dapat meningkatkan akses informasi gizi, keterlibatan pengguna, dan dukungan sebaya. Kedua ada keterbatasan terkait kualitas konten, reliabilitas pesan, dan bukti perubahan perilaku yang konsisten. Berdasarkan kondisi tersebut, peran media sosial perlu difokuskan bukan



sekadar penyebaran informasi. Strategi yang diarahkan pada perubahan perilaku harus mempertimbangkan faktor psikososial dan lingkungan yang memengaruhi penerapan informasi gizi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan menggambarkan fenomena komunikasi dan perilaku gizi masyarakat secara menyeluruh. Pendekatan kualitatif menitikberatkan pemahaman mendalam terhadap kondisi sosial dan perilaku manusia. Dalam konteks ini, studi pustaka (library research) dipilih sebagai metode utama, yaitu menelaah sumber-sumber literatur yang relevan dengan topik komunikasi kesehatan dan perilaku gizi. Studi pustaka memungkinkan peneliti mengumpulkan data sekunder dari jurnal, buku, dan dokumen resmi tanpa terjun langsung ke lapangan, sehingga sesuai dengan pendekatan deskriptif yang fokus pada analisis konten teks. Proses pengumpulan data dilakukan secara iteratif hingga tema-tema utama dapat diekstraksi. Setiap sumber yang dikumpulkan dicatat detailnya (judul, penulis, tahun, jurnal/penerbit) untuk memudahkan analisis dan sitasi selanjutnya.

## **HASIL PEMBAHASAN**

Strategi komunikasi gizi yang dirancang dengan baik ternyata mampu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang pola makan sehat. Kajian literatur menunjukkan bahwa komunikasi gizi efektif berperan penting dalam menumbuhkan kesadaran terhadap gizi seimbang. Berbagai media KIE (Komunikasi, Informasi, Edukasi) gizi—seperti video edukasi, game, poster, dan penyuluhan langsung—dilaporkan secara signifikan memperbaiki pengetahuan remaja tentang pentingnya konsumsi sayur dan buah. Misalnya, sebuah studi pengabdian masyarakat menemukan bahwa kampanye gizi seimbang di Papua meningkatkan secara signifikan pengetahuan dan kesadaran peserta mengenai gizi seimbang. Temuan ini konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa penyuluhan gizi yang interaktif dan kontekstual dapat mengubah sikap dan perilaku konsumsi pangan menuju yang lebih sehat. Secara keseluruhan, strategi komunikasi gizi yang melibatkan materi edukatif yang relevan dan mudah dipahami cenderung menaikkan kesadaran masyarakat akan gizi baik.

Kendala pelaksanaan strategi komunikasi gizi: Di lapangan, beberapa kendala sering menghambat efektivitas pesan gizi. Hambatan utama adalah keterbatasan pengetahuan gizi masyarakat, termasuk kepercayaan pada persepsi atau mitos keliru tentang makanan tertentu. Banyak individu belum benar-benar memahami konsep gizi seimbang, sehingga pesan edukasi kadang sulit diserap. Selain itu, dukungan lingkungan sosial yang lemah (misalnya keluarga atau teman yang tidak mensupport pilihan makanan sehat) serta norma budaya tertentu juga dapat menghalangi perubahan perilaku gizi. Misalnya, jika keluarga jarang menyajikan sayur-mayur atau norma setempat menstigmatisasi makanan tradisional, upaya edukasi menjadi kurang efektif. Faktor-faktor ini – pengetahuan yang terbatas dan dukungan sosial yang minim – perlu diatasi agar strategi komunikasi menghasilkan perubahan nyata.

### **Peran Media Sosial dalam Edukasi Gizi**

Peran media sosial dalam edukasi gizi semakin penting seiring perkembangan era digital. Platform digital seperti situs web kesehatan, aplikasi seluler, dan terutama media sosial (Instagram,



TikTok, Facebook, YouTube) kini menjadi sarana utama penyebaran informasi gizi. Komunikasi gizi yang efektif harus menggunakan bahasa lokal yang tepat, jelas, dan menarik agar pesan dapat dipahami berbagai lapisan masyarakat. Berbagai riset menegaskan bahwa intervensi berbasis media sosial memiliki potensi besar: sebagian besar studi menemukan hasil positif pada perubahan perilaku dan pengetahuan gizi remaja.

Media sosial menjadi sarana penting untuk menyebarluaskan informasi gizi kepada masyarakat luas. Di Indonesia, penetrasi internet sangat tinggi; survei APJII menunjukkan sekitar 196,7 juta penduduk Indonesia menggunakan teknologi digital. Di level global, dua pertiga orang dewasa (76%) aktif di media sosial. Media sosial juga diakui oleh WHO sebagai platform yang efektif untuk promosi kesehatan karena biayanya rendah dan mendukung partisipasi publik. Dengan jangkauan luas ini, media sosial memungkinkan pemerintah dan tenaga kesehatan menyampaikan pesan gizi secara cepat dan menarik.

Media sosial menjangkau puluhan juta orang dengan akses gratis. Kampanye kesehatan seperti Hari Gizi Nasional sering disebarluaskan lewat akun resmi Kemenkes atau tagar khusus, sehingga pesan gizi seimbang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan interaksi dua arah (misalnya kuis, diskusi live, komentar), sehingga audiens tidak hanya menerima informasi tapi juga dapat bertanya atau berdiskusi langsung. Berbeda dengan media massa konvensional, biaya kampanye di media sosial relatif rendah. Sebuah studi di Mexico misalnya berhasil meningkatkan puluhan ribu pengikut dengan tim kecil yang rutin mem-posting infografis edukatif.

### **Meningkatkan Pengetahuan dan Perilaku Gizi**

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa edukasi gizi melalui media sosial dapat meningkatkan pengetahuan dan memotivasi perubahan perilaku. Sebagai contoh, intervensi edukasi gizi menggunakan Instagram pada remaja putri di Padang terbukti meningkatkan pengetahuan gizi seimbang secara signifikan. Hasil serupa ditemukan dalam kampanye online di Jakarta dan Yogyakarta, di mana remaja pelaku kampanye media sosial melaporkan peningkatan kesadaran tentang diet sehat dan motivasi untuk menghindari makanan tinggi garam, gula, atau lemak. Di Bekasi, pemberian edukasi gizi melalui grup WhatsApp (poster digital, audio, dan video) juga meningkatkan pengetahuan gizi dan mengubah pilihan menu siswa ke makanan yang lebih bergizi.

Beberapa tinjauan sistematis mendukung efektivitas ini: misalnya, intervensi edukasi gizi berbasis media sosial pada remaja secara umum dapat diterima dan terbukti memperbaiki hasil nutrisi (peningkatan konsumsi buah/ sayur, pengurangan makanan tak sehat, dll.). Selain itu, media sosial kerap menjadi rujukan informasi gizi bagi kaum muda. Survei di Afrika Selatan menunjukkan mayoritas pelajar menggunakan YouTube dan Instagram untuk mencari tips nutrisi (meski hanya sebagian kecil yang ‘aktif’ mencari informasi). Hal ini menunjukkan potensi media sosial sebagai sumber pendidikan gizi yang mudah diakses.

### **Tantangan: Hoaks, Infodemi, dan Kualitas Konten**

Meski bermanfaat, media sosial juga menghadapi tantangan serius dalam edukasi gizi yang diantaranya:

Misinformasi dan hoaks. Kurangnya penyaringan konten berarti informasi gizi yang beredar tidak selalu valid. Studi menunjukkan konten terkait “diet ajaib” (klaim memperbaiki kesehatan



drastis) banyak ditemukan di Instagram dan YouTube. Misinformasi ini (misalnya klaim menyembuhkan penyakit melalui makanan tertentu) dapat membingungkan publik. Segado-Fernández et al. (2025) bahkan menyimpulkan bahwa “misinformasi gizi di media sosial menjadi masalah kesehatan masyarakat yang serius” dan menekankan perlunya lembaga kesehatan aktif memerangi hoaks ini.

Tantangan lain yang muncul dari ketergantungan pada digitalisasi adalah kesenjangan akses teknologi (*digital divide*). Kajian tentang implementasi digitalisasi menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi kesehatan di daerah urban (65%) jauh lebih tinggi dibandingkan di daerah rural (sekitar 30%).

Kesenjangan infrastruktur ini berpotensi menciptakan ketidaksetaraan kesehatan, karena populasi rural—yang juga rentan terhadap DBM—dapat tertinggal dari intervensi berbasis digital. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus mengintegrasikan program literasi digital sebagai prioritas, khususnya bagi kelompok yang berperan kunci dalam gizi keluarga (misalnya, ibu-ibu melalui Posyandu). Langkah ini, bersama dengan penyediaan perangkat teknologi dan akses internet bersubsidi, direkomendasikan untuk menjembatani kesenjangan tersebut, memastikan teknologi kesehatan dapat diakses secara merata oleh semua kalangan.

Kualitas konten. Banyak konten dibuat oleh influencer atau pengguna non-ahli, sehingga keakuratannya beragam. Hanya sebagian kecil informasi yang dibagikan oleh tenaga kesehatan atau organisasi kesehatan terpercaya. Kekhawatiran terhadap sumber dan kualitas ini perlu diatasi lewat peningkatan literasi kesehatan digital publik.

## KESIMPULAN

Strategi komunikasi gizi yang dirancang dengan baik berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan perilaku masyarakat menuju pola makan sehat. Meskipun keberhasilan penurunan stunting menunjukkan efektivitas intervensi gizi selama ini, tantangan baru berupa meningkatnya konsumsi makanan cepat saji, rendahnya kesadaran gizi seimbang, serta maraknya obesitas menuntut adanya pendekatan komunikasi yang lebih inovatif. Media sosial menjadi saluran utama yang efektif karena jangkauannya luas, biayanya relatif rendah, dan mendukung interaksi dua arah. Namun, efektivitasnya masih terkendala oleh rendahnya literasi gizi, pengaruh lingkungan sosial, serta ancaman misinformasi dan kualitas konten yang tidak terjamin. Oleh karena itu, strategi komunikasi gizi ke depan perlu mengutamakan penyampaian informasi yang valid, menarik, kontekstual, serta melibatkan partisipasi masyarakat dan dukungan lingkungan untuk benar-benar mendorong perubahan perilaku gizi sehat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Tarmizi, S. N. (2023, Mei 17). *Perbaiki Gizi Ibu Hamil dan Balita, Kemenkes Dorong Penggunaan Pangan Lokal Bergizi*. Retrieved from KEMENKES: <https://kemkes.go.id/eng/perbaiki-gizi-ibu-hamil-dan-balita-kemenkes-dorong-penggunaan-pangan-lokal-bergizi#:~:text=Selain%20itu%2C%20Kemenkes%20juga%20mengenalkan,usia%20kehamilan%2C%20bayi%20dan%20balita>
- Kautsar, N., Panjaitan, J., Zulchoiroh, S., Syahfitri, I., Ramadhani, J., & Puteri, A. (2024). OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI GIZI MELALUI PLATFORM DIGITAL : STUDI PUSTAKA TENTANG PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DALAM MEDIA



- KOMUNIKASI KESEHATAN. *Jurnal Pendidikan Integratif*, 5(4). 396-404. <https://ejournals.com/ojs/index.php/jpi>
- Simanjuntak, M., Yuliati, L., Rizkillah, R & Maulidina, A. (2022). PENGARUH INOVASI EDUKASI GIZI MASYARAKAT BERBASIS SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PENGETAHUAN, SIKAP, DAN PERILAKU DALAM UPAYA PENCEGAHAN STUNTING. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, 15(2). 164-177. DOI: <http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2022.15.2.164>
- Maulidiyanti, M., Hawadi, L & Anshari, D. (2024). Efektivitas Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku dalam Peningkatan Pengetahuan Gizi Remaja: Scoping Review. *Jurnal Kesehatan Vokasiona.* 9(4). 286-300. DOI <https://doi.org/10.22146/jkesvo.101643>
- Harahap, R. A., & Putra, F. E. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Kesehatan* (Cetakan ke-2). Kencana.
- K. Iriantika & A, Margawati. (2017). Studi kualitatif pengaruh pemberian konseling gizi terhadap perubahan sikap dan pemilihan makan pada remaja putri overweight. *Journal of Nutrition College*, 6(1). 19-27. DOI: 10.14710/jnc.v6i1.16887.
- Ibrahim, S. Z., & Maesarah. (2024). Pemberian Edukasi Gizi Terhadap Perubahan Perilaku Konsumsi Sayur dan Buah Pada Remaja Di Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8). 3095-3101. DOI: 10.56338/jks.v7i8.5865.
- Rachmi, C. N., Li, M., & Baur, L. A. (2018). The Double Burden of Malnutrition in Association of South East Asian Nations (ASEAN) Countries: a Comprehensive Review of the Literature. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 27(4), 736–755.
- Zaki I., & Sari H. P. (2019). Edukasi Gizi Berbasis Media Sosial Meningkatkan Pengetahuan dan Asupan Energi-Protein Remaja Putri dengan Kurang Energi Kronik (KEK). *Gizi Indonesia, Journal of The Indonesian Nutrition Association*, 42(2): 111–122.
- Alif, I. S. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Gizi Seimbang Dalam Menangani Kasus Stunting. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 66–89. DOI: 10.14710/interaksi.12.1.66-89.
- Mulasari, S. A. (2020). *Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial*. Universitas Ahmad Dahlan.