

GEMINTANG READY FOR STUNTING REDUCES: PEMBERDAYAAN KADER POSYANDU BERBASIS DIGITAL PERSONAL BRANDING

Mamik Indaryani¹, Dina Lusianti², Annisya Septanti³, Dennyca Hendriyanto⁴, Sudarsono⁵

^{1,2,3,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

⁴Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

e-mail: dina.lusianti@umk.ac.id

Abstrak

Kementerian Kesehatan mengumumkan hasil Survei Status Gizi Indonesia bahwa prevalensi stunting di Indonesia 21,6 persen di 2022. Angka ini belum mencapai standar dari WHO, yakni dengan kriteria kurang dari 20 persen. Kondisi ini membutuhkan dukungan dari Posyandu untuk terlibat dalam penurunan angka stunting, tidak terkecuali bagi Posyandu Gemintang yang berwilayah kerja di Desa Dersalam Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah. Masalahnya, Posyandu Gemintang memiliki kendala pada rendahnya jumlah kader aktif, literasi stunting, kecakapan kader dalam komunikasi, dan sikap proaktif kader. Merujuk pada fenomena yang terjadi, upaya peningkatan ketrampilan Para Kader dilakukan dengan pemanfaatan perangkat digital. Pendekatan digital diturunkan ke dalam integrasi pengelolaan sumber daya dan pemasaran jasa pada Kader Posyandu Gemintang. Usulan kegiatan program pemberdayaan masyarakat ini melalui: pemberian pendampingan Personal Branding dengan menggunakan media sosial dan pembuatan konten kreatif. Adapun luaran dalam kegiatan pengabdian ini meliputi peningkatan ketrampilan Mitra untuk dapat memanfaatkan aplikasi digital dan media sosial sebagai alat dukung kerja untuk mencapai penurunan angka stunting.

Kata kunci: Stunting, Kader Posyandu, Posyandu Gemintang, Personal Branding, Tata Kelola Keuangan Digital

Abstract

The Ministry of Health announced the results of the Indonesian Nutritional Status Survey that the prevalence of stunting in Indonesia is 21.6 percent in 2022. This figure has not yet reached the WHO standard, namely the criteria of less than 20 percent. This condition requires support from Posyandu to be involved in reducing stunting rates, including Posyandu Gemintang which has a working area in Dersalam Village, Kudus Regency, Central Java Province. The problem is, Gemintang Posyandu has problems with the low number of active cadres, stunting literacy, cadre skills in communication, and cadre proactive attitudes. Referring to the phenomenon that occurred, efforts to improve the skills of cadres were carried out by using digital devices. The digital approach is integrated into the integration of resource management and service marketing at the Gemintang Posyandu Cadre. The proposed community empowerment program activities are through: providing Personal Branding assistance using social media and creating creative content. The outputs of this service activity include increasing the skills of Partners to be able to utilize digital applications and social media as work support tools to achieve a reduction in stunting rates.

Keywords: Stunting, Posyandu Cadres, Posyandu Gemintang, Personal Branding, Digital Financial Governance

PENDAHULUAN

Stunting menjadi bentuk malnutrisi yang paling umum pada anak-anak, terutama di negara miskin dan berkembang seperti di Indonesia. Kementerian Kesehatan mengumumkan hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) dimana prevalensi stunting di Indonesia turun dari 24,4% di tahun 2021 menjadi 21,6% di 2022 (Kemenkes, 2023). Berdasarkan data profil kesehatan Kabupaten/Kota tahun 2021 diperoleh informasi bahwa gizi kurang di Kabupaten Kudus sebanyak 2.472 kasus, balita pendek sebesar 2.754 balita, balita kurus sebesar 2.312 atau 3,8 persen. Angka ini terus meningkat pada tahun 2022, ditemukan sebanyak 3.557 balita (6,57 persen) di Kabupaten Kudus yang mengalami stunting. Untuk mengurangi kasus stunting diperlukan kolaborasi dari berbagai pihak. Tidak hanya peran dari tenaga kesehatan yang berada di wilayah Dersalam namun juga peran Perguruan Tinggi untuk memberikan wujud nyata berupa pengabdian kepada masyarakat.

Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) merupakan fasilitas kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat, dan upaya kesehatan perseorangan tingkat pertama. Untuk mendukung pencapaian kinerja, Puskesmas bersinergi dengan peran aktif masyarakat yang tergabung dalam Pos Pelayanan Terpadu (posyandu). Posyandu merupakan salah satu bentuk UKBM yang dikelola dari, oleh, untuk, dan bersama masyarakat, yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dan memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memperoleh pelayanan kesehatan dasar. Salah satu posyandu yang berada di Dersalam yakni Posyandu Gemintang yang berada di Dersalam Kecamatan Bae Kabupaten Kudus.

Problematika yang terjadi pada Posyandu Gemintang berpotensi menurunkan kinerja Kader Posyandu. Maka dari itu untuk meningkatkan pelayanan Posyandu Gemintang, khususnya pada upaya pencegahan stunting, maka permasalahan prioritas yang dapat dirumuskan adalah perihal Personal Branding Para Kader Posyandu Gemintang secara digital. Terdapat tiga tujuan dari kegiatan pengabdian kepada Posyandu Gemintang. Pertama, membentuk/mengembangkan sekelompok masyarakat yang mandiri secara sosial. Kedua, membantu menciptakan ketenteraman dan kenyamanan dalam kehidupan bermasyarakat. Ketiga, meningkatkan keterampilan berpikir, membaca dan keterampilan lain yang dibutuhkan (softskill dan hardskill) terkait kecakapan menyampaikan literasi tentang stunting dan tata kelola keuangan. Kegiatan yang diusulkan pada Program Pemberdayaan Masyarakat dan UMKM ini adalah Memberikan pendampingan Personal Branding dengan menggunakan media sosial dan Pembuatan konten kreatif.

Program IPTEKS bagi masyarakat ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas kader Posyandu dengan meningkatkan image melalui Personal Branding dengan menggunakan teknologi dan media sosial. Pemahaman dan ketrampilan Kader Posyandu yang diperoleh setelah adanya pelatihan ini adalah 1) Kader Posyandu mampu membuat konten yang menarik untuk mengedukasi masyarakat mengenai stunting, 2) Kader Posyandu mampu meningkatkan image dengan menggunakan Personal Branding, 3) Kader Posyandu mampu menyusun laporan keuangan secara bulanan maupun secara tahunan.

Dengan Pelatihan yang dilakukan diharapkan kader memiliki Personal Branding berupa peningkatan kemampuan seperti dapat membuat tampilan fisiknya lebih menarik setelah di beri pelatihan makeup natural dengan tampilan yang segar. Kemudian Kader dapat memberikan pelayanan yang ramah sehingga ketika melakukan penyuluhan, mampu memberikan pelayanan yang baik dan mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat dengan baik. Kader diharapkan mampu membuat konten digital yang mengedukasi masyarakat mengenai pencegahan stunting.

METODE

Metode penyelesaian masalah melalui metode sosialisasi, pelaksanaan di lapangan dan pendampingan, serta pengevaluasian hasil kegiatan. Metode sosialisasi berupa pelatihan kepada Kader Posyandu Gemintang terkait dengan 1) Bagaimana meningkatkan reputasi Kader dengan pendampingan mengenai physical and digital Personal Branding, 2) Bagaimana cara menyebarkan literasi stunting melalui media sosial dan konten kreatif. Pelaksanaan pekerjaan di lapangan sekaligus merupakan ajang pelatihan bagi Mitra agar dapat mengelola dan membangun pelayan prima dengan sepenuh hati guna meraih keberlangsungan program Posyandu. Pada akhirnya, dilakukan pendataan hasil kegiatan dilakukan untuk mengetahui manfaat dari kegiatan terhadap parameter keberlanjutan dari sisi manfaat.

Dalam kegiatan ini realisasi pemecahan masalah yang dilakukan adalah 1) perencanaan, yaitu merencanakan kegiatan pendampingan Posyandu Gemintang di Salam Residence, Dersalam, Bae, Kabupaten Kudus. 2) pelaksanaan, dimana Mitra diberikan pengetahuan untuk meningkatkan reputasi Kader dengan pendampingan mengenai physical and digital Personal Branding, menyebarkan literasi stunting melalui media sosial dan konten kreatif, serta mampu menyusun laporan keuangan secara elektronik, terutama yang menggunakan aplikasi keuangan digital. 3) follow up, Posyandu Gemintang dapat menurunkan jumlah kasus stunting di wilayah kerjanya melalui Personal Branding Kader yang mumpuni (ramah, tanggap, informatif, dan edukatif serta tata Kelola keuangan yang tertib dan transparan. 4) evaluasi, yaitu mencatat hal-hal yang sudah mengalami perbaikan dan masih belum terjadi peningkatan setelah melakukan perbaikan pada unsur pelaksanaan pendampingan.

Persiapan yang dilakukan sebelum kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dimulai dengan 1) Observasi dan Survei Ke Posyandu Gemintang Salam Residence Kelurahan Dersalam, Bae, Kudus. 2) Pemantapan konsep Pengabdian Kepada Masyarakat berupa penyuluhan dan pendampingan 3)

Pembuatan instrumen Personal Branding, pembuatan langkah-langkah membuat konten kreatif berupa pencarian ide dan editing video, pembuatan instrument untuk tata kelola keuangan digital. 4) Persiapan alat pelengkap presentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara kualitas, Kader posyandu gemintang sudah sangat baik. Para kader memiliki pengetahuan yang cukup mengenai stunting. Namun para kader masih kurang memahami bagaimana membentuk image yang baik dengan Personal Branding. Skill pertama yang harus dikuasai adalah membuat penampilan menarik sehingga dapat menunjukkan profesionalitas untuk meraih target audiens. Mitra diberikan pelatihan berupa skill makeup yang baik sesuai tahapan. Dengan makeup yang sesuai dan memberikan tampilan yang fresh dan natural, diharapkan audiens merasa senang sehingga dapat menikmati isi konten dan mendapatkan value dari isi konten tersebut.

Setelah itu mitra juga diberikan penyuluhan mengenai membuat topik dan ide yang semenarik mungkin. Topik stunting dapat diberikan untuk mengedukasi ibu hamil seperti pemenuhan gizi yang baik, kebutuhan protein yang cukup, periksa kehamilan setiap bulan dan mengkonsumsi asam folat agar terhindar dari cacat janin. Selain untuk ibu hamil, edukasi stunting diperlukan untuk ibu menyusui bahwasanya stunting dapat dicegah dengan pemberian ASI eksklusif. Asupan gizi untuk ibu menyusui seperti protein hewani dan kalsium perlu diperhatikan. Ketika anak sudah waktunya makan, maka pemenuhan kebutuhan gizi anak juga perlu diperhatikan. Dari topik stunting dapat dipecah menjadi beberapa topik diatas, sehingga para kader bisa menulis konsep terlebih dahulu baru di realisasikan.

Pendampingan selanjutnya adalah menggunakan media sosial supaya konten dilihat orang banyak sehingga edukasi yang diberikan menyebar luas. Pilih media sosial yang sedang ramai digunakan masyarakat seperti Instagram, WhatsApp dan juga Tiktok. Video dengan durasi pendek menjadi pilihan karena sedang banyak diminati masyarakat. Pemilihan konten melihat dengan apa yang sedang viral di media sosial akhir-akhir ini. Karena ketika menggunakan trend yang sedang viral, maka algoritma dari media sosial kita akan mengetahui bahwa konten kita termasuk yang sedang dibicarakan orang banyak. Sehingga akan di tampilkan ke halaman-halaman media sosial masyarakat luas.

Penyuluhan yang terakhir adalah penggunaan HP untuk merekam dan mengedit video. Dalam pengambilan video yang paling utama adalah pencahayaan. Pencahayaan yang baik akan memberikan kualitas gambar yang baik pula. Setelah itu tim pengabdian memberikan penyuluhan penggunaan aplikasi VN dan Capcut untuk mengedit video tersebut. Di aplikasi tersebut banyak template yang bisa digunakan untuk mengedit video dan sangat mudah. Tim pengabdian juga memberikan penyuluhan mengedit video dengan manual tanpa template. Bagaimana memotong video, melakukan transisi, memasukan rekaman suara, memasukan background lagu dan juga memberikan judul dan caption dalam video.

SIMPULAN

Untuk meningkatkan pelayanan Posyandu Gemintang, khususnya pada upaya pencegahan stunting, prioritas utama terletak pada Personal Branding Para Kader Posyandu Gemintang secara digital. Personal Branding dapat membentuk dan mengembangkan sekelompok masyarakat yang mandiri secara sosial. Kondisi ini merepresentasikan bahwa dengan pengabdian kepada Kader Posyandu Gemintang sebagai mitra, Para Kader dapat mencapai tujuan upaya kesehatan bersumber swadaya masyarakat dalam penurunan angka stunting.

Personal Branding dapat membantu menciptakan ketenteraman dan kenyamanan dalam kehidupan bermasyarakat. Capaian ini terintegrasi dengan pemanfaatan internet dan aplikasi digital ke dalam pembentukan Personal Branding sehingga Para Kader semakin nyaman dan praktis dalam menjalankan visi misinya untuk mencegah stunting.

Personal Branding dapat meningkatkan keterampilan berpikir, membaca dan keterampilan lain yang dibutuhkan (softskill dan hardskill) terkait kecakapan menyampaikan literasi tentang stunting dan tata kelola SKDN. Softskill berupa kemampuan berbicara, negosiasi, menyampaikan ide, kepemimpinan, memotivasi orang lain, mendengarkan ide orang lain, dan mengambil keputusan. Hardskill tercermin pada kemampuan Para Kader Posyandu Gemintang untuk mengoperasionalkan program komputer dan gadget terkait berinovasi dalam membuat konten kreatif dan mengelola klaporan SKDN secara digital.

SARAN

Untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan capaian dari kegiatan pengabdian ini, maka dapat disarankan:

- a. Terdapat bagian yang khusus mengelola konten kreatif mengingat kesibukan para Kader yang bervariasi.
- b. Memiliki akses premium pada aplikasi media kreator, seperti Canva, Capcut, Video Maker, maupun aplikasi pendukung lainnya.
- c. Terdapat kegiatan monitoring dan evaluasi pasca kegiatan pendampingan berakhir. Selain untuk menjaga silaturahmi, untuk memastikan program berjalan berkesinambungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Muria Kudus yang telah memberi dukungan finansial pada Pengabdian skema IPTEK Bagi Masyarakat kerja sama dengan Posyandu Gemintang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bazarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). Self-Disclosure In Social Media: Extending The Functional Approach To Disclosure Motivations And Characteristics On Social Network Sites. *Journal Of Communication*, 64(4), 635–657. <https://doi.org/10.1111/jcom.12106>
- Dinas Kesehatan Kabupaten Kudus. (2021). Profil Kesehatan Kabupaten Kudus 2020. Dinas Kesehatan Kabupaten Kudus, 204. <https://dinkes.kuduskab.go.id/profil-dinkes-2020/>
- Dongmei Zha, Pantea Foroudi, T. C. M. And Z. J. (2022). Experiencing The Sense Of The Brand: The Mining, Processing And Application Of Brand Data Through Sensory Brand Experiences. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 25(2), 205–232. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Indaryani, M., Lusianti, D., Mulyani, S., & Sumekar, K. (2021). Triple Helix Concept: Developing The Weaving Village Based On Ecosystem Czsiderations. *Procedia Environmental Science, Engineering And Management*, 8(4), 845–852.
- Kemendes, R. I. (2023). Kasus Stunting Indonesia 2022. <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/angka-stunting-tahun-2022>
- Kurniawan, N., & Gabriella, S. (2020). Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 02(01), 27–45.
- Lusianti, D., Idznitia, D., & Naimi, A. (2022). Kesadaran Merek: Persepsi Kemanfaatan Dan Daya Tarik Promosi. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 76–83. <https://conference.umk.ac.id/index.php/sndies/article/view/313%0ahttps://conference.umk.ac.id/index.php/sndies/article/download/313/315>
- Lusianti, D., Subono, A., Lailiyah, N., & Fahira, K. T. (2022). Membangun Loyalitas : Relationship Marketing Dan Kepuasan Peserta Jaminan Kesehatan Nasional. *Prosiding Business And Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology 2022*, 5, 238–245.
- Miqdam Makfi, M., Nurkhalid Al Ghazal, M., Uswatun Chasanah, A., Mukharrom, T., & Mu'allim, A. (2022). Visual Semiotics: Da'wah Delivery Solutions And Self-Akhlaq Guards In The Digital Age With Personal Branding. *Kne Social Sciences*, 2022(2), 142–151. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11353>
- Mutmainah, S. (2022). Online Da ' Wah On Social Media : Personal Branding Of A Female Celebrity Preacher On Instagram. *Vi(1)*, 39–63.
- Pashkov, P., & Pelykh, V. (2021). A Conceptual Framework Of Developing Ecosystem Strategies For Digital Financial Services. *Ceur Workshop Proceedings*, 2919(Eekm), 48–58.
- Prihandono, A. N. D. H. S. H. A. (2022). Pemberdayaan Kader Kesehatan Dalam Deteksi Dini Pertumbuhan Bayi. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(1), 123–127.
- Prihandono, W. W. C. F. M. H. A. (2023). Prediksi Stunting Pada Balita Di Rumah Sakit Kota Semarang Menggunakan Naive Bayes. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Matematika*, 32–36.
- Rithmaya, C. L., & Yutanto, H. (2021). Peningkatan Kemampuan Kader Posyandu Dalam Pengelolaan Database Manajemen Dan Keuangan Posyandu Balita Sakinah Rw 08 Gunung Anyar. *Jurnal Kemitraan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.14414/kedaymas.v2i1.2397>

- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding Di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, And Social Sciences (Becoss) Journal*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.21512/Becossjournal.V2i1.6070>
- Vardomatskya, L., Kuznetsova, V., & Plotnikov, V. (2021). The Financial Technologies Transformation In The Digital Economy. *E3s Web Of Conferences*, 244, 1–8. <https://doi.org/10.1051/E3sconf/202124410046>