

INFORMASI OLAHAN MAKANAN SEHAT GUNA PENCEGAHAN STUNTING MELALUI MEDIA YOUTUBE DI ERA COVID-19

Nur Riska^{1,a)}, Rusilanti^{1,b)}

Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo
Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

Email : ^{a)}nrtadjoedin@unj.ac.id, ^{b)}rusilanti@unj.ac.id

Abstrak

Masa pandemic COVID – 19 ini merupakan masa kritis yang dialami masyarakat Indonesia. Fasilitas kesehatan yang terbebani, rantai pasokan makanan terganggu, dan hilangnya pendapatan karena COVID-19 dapat menyebabkan peningkatan tajam jumlah anak-anak yang mengalami masalah gizi di Indonesia. Salah satu gizi buruk yang saat ini masih dialami anak Indonesia yaitu kasus stunting. Stunting di Indonesia masih mencapai 30,8%. Masalah stunting adalah salah satu permasalahan gizi yang menjadi fokus pemerintah Indonesia. Melihat fenomena tersebut perlu adanya informasi keterampilan melalui media online YouTube yang dapat diakses masyarakat. Adapun tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah dapat memberikan pelatihan tentang olahan makanan sehat guna mencegah stunting melalui media YouTube. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah melakukan uji coba produk, perekaman video yang akan dishare link YouTube kepada masyarakat. Instrumennya adalah angket yang dikembangkan dari teori difusi inovasi Rogers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap video tutorial olahan makanan sehat melalui YouTube telah memperoleh skor 4,38 yang berarti sangat baik. Penilaian respons tersebut meliputi: keuntungan relatif yang bernilai 4,40 (sangat baik), kesesuaian yang bernilai 4,27 (sangat baik), kerumitan yang bernilai 4,47 (sangat baik), ketercobaan yang bernilai 4,19 (baik), dan keteramatan yang bernilai 4,56 (sangat baik). Penilaian juga diperoleh bahwa 213 masyarakat umum telah menyaksikan video ini.

Kata Kunci: Informasi; Makanan, Sehat, Stunting, YouTube

Abstract

The period of the COVID-19 pandemic in a critical period experienced by the Indonesian society. burdened health assistance, disrupted of food supply chains, and lost income due to COVID-19 could cause a sharp increase in the number of children experiencing malnutrition in Indonesia. One of malnutrition that is currently still experienced by Indonesian children in the case of stunting. Stunting in Indonesia still reaches 30.8%. The problem of stunting is one of the nutritional problems that is the focus on the Indonesian government. Seeing this phenomenon, it is necessary to have skills information through online media YouTube that can be accessed by the public. The purpose of this community service is to be able to provide training on healthy food processing to prevent stunting through media of YouTube. The method of implementing this activity is conducting product trials, recording videos that will be shared with the YouTube link to the public. The instrument is questionnaire developed from Rogers' diffusion theory of innovation. The result showed that the public's response to the healthy food processing video tutorial via YouTube has obtained a score of 4.38 which means very good. The response assessments include: relative advantage which is 4.40 (very good), suitability which is 4.27 (very good), complexity which is valued 4.47 (very good), the trial; which is valued 4.19 (good), and observability which is worth 4.56 (very good). The assessment was also obtained that 213 general public have watched this video.

Keywords: Information; Food, Healthy, Stunting, YouTube

1. PENDAHULUAN (Introduction)

Hasil Survei Status Gizi Balita Indonesia (SSGBI) pada tahun 2019 bahkan menunjukkan bahwa prevalensi stunting mencapai 27,67 persen. Artinya, setiap 10 anak

Indonesia, ada 3 orang di antaranya yang mengalami stunting. Angka ini juga masih di atas batas yang disyaratkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) yaitu 20 persen. Untuk diketahui, stunting merupakan kondisi gagal tumbuh pada anak balita akibat kekurangan gizi kronis, terutama pada 1000 Hari Pertama Kehidupan (HPK) akibat kekurangan unsur seng (Zn). Peneliti Madya Bidang Kepakaran Pangan dan Gizi di Pusat Penelitian Teknologi Tepat Guna (P2TTG) Lembaga Ilmu Penelitian Indonesia (LIPI), mengungkapkan, permasalahan gizi anak merupakan salah satu risiko dampak sosio-ekonomi terhadap anak-anak yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Saat pandemic ini terdapat 24 juta balita berisiko lebih tinggi mengalami kurang gizi atau gizi buruk selama masa pandemi Covid-19. Sementara itu, stunting juga menjadi persoalan pangan yang berkepanjangan.

Variasi dalam paparan populasi terhadap faktor penentu anak stunting dan kebutuhan untuk menargetkan dan menyesuaikan intervensi untuk yang paling rentan. Ada banyak potensi penyebab stunting di Indonesia, termasuk faktor terdekat seperti status gizi ibu, praktik menyusui, dan praktik pemberian makanan pendamping (Tumilowicz et al., 2018)

Prevalensi balita pendek selanjutnya akan diperoleh dari hasil Riskesdas tahun 2018 yang juga menjadi ukuran keberhasilan program yang sudah diupayakan oleh pemerintah. Survei PSG diselenggarakan sebagai monitoring dan evaluasi kegiatan dan capaian program. Berdasarkan hasil PSG tahun 2015, prevalensi balita pendek di Indonesia adalah 29%. Angka ini mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 27,5%. Namun prevalensi balita pendek kembali meningkat menjadi 29,6% pada tahun 2017 (Rahmadhita, 2020).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa intervensi yang mengintegrasikan rumah tangga rawan pangan dalam program gizi di kabupaten tersebut dapat membantu menghindari beban stunting (Arief Ardianto, Faisal Ibnu, 2017). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengetahuan ibu tentang stunting masih tergolong rendah, sehingga perlu adanya upaya promosi kesehatan untuk mengurangi kasus stunting (Hall Cougar, et al., 2018). Asupan bahan makanan energi dan protein diperlukan guna pencegahan stunting (Laurus et al., 2016). Asupan protein yang rendah merupakan faktor risiko kejadian stunting pada primer anak usia sekolah. Oleh karena itu, deteksi dini diperlukan untuk mengurangi kejadian penyakit stunting, terutama selama 1.000 hari pertama kehidupan (Ernalina et al., 2018).

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas, perlu adanya usaha-usaha yang dilakukan untuk mencegah peningkatan stunting melalui media YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya YouTube merupakan hiburan, keinformatifan dan penyesuaian sebagai pendorong positif terkuat (Dehghani et al., 2016). YouTube dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan informasi otoritatif untuk membuat keputusan perawatan kesehatan yang efektif (Madathil et al., 2015). Hasil temuan dari penelitian membuktikan adanya efek positif terhadap respon kognitif penonton terhadap konteks sosial seperti media YouTube (Paek et al., 2013). Video YouTube dapat menjadi sumber konten yang berharga untuk melengkapi materi pengajaran kasus yang ada di bidang kesehatan manajemen dan kebijakan (Green et al., 2018).

Menurut hasil penelitian terkait dengan stunting, asupan protein dan media video YouTube di atas, maka dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk membuat olahan makanan dengan bahan dasar yang mengandung protein tinggi guna mencegah stunting dengan bahan dasar ikan kembung dan kacang kedelai yang terbukti mempunyai protein tinggi dan dapat mengurangi kejadian stunting pada anak dengan melalui media informasi YouTube yang dapat diakses kapan dan dimana saja.

2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Stunting merupakan penggambaran dari status gizi kurang yang bersifat kronik pada masa pertumbuhan dan perkembangan sejak awal kehidupan (Ni'mah Khoirun & Nadhiroh, 2015). Stunting merupakan penggambaran dari status gizi kurang yang bersifat kronik pada masa pertumbuhan dan perkembangan sejak awal kehidupan (de Onis & Branca, 2016). Menurut standar baku WHO-MGRS (Multicentre Growth Reference Study) balita stunting dan sangat pendek adalah balita dengan Panjang badan PB/U atau tinggi badan (TB/U) menurut umurnya. Sedangkan definisi stunting menurut Kemenkes RI adalah balita dengan z-score kurang dari -2SD (pendek/stunting) dan kurang dari -3SD (sangat pendek) (Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan, 2017).

Asupan energi dan zat gizi yang tidak memadai, serta penyakit infeksi merupakan faktor yang sangat berperan terhadap masalah stunting. Kuantitas dan kualitas dari asupan protein memiliki efek terhadap level plasma insulin growth factor I (IGF-I) dan juga terhadap protein matriks tulang serta faktor pertumbuhan yang berperan penting dalam formasi tulang (Mikhail et al., 2013). Asupan energi, protein, dan zink serta tingkat perkembangan mempunyai perbedaan yang signifikan antara balita stunting dan non stunting. Asupan makanan pada balita perlu diperhatikan terutama sumber protein dan zink untuk mencegah dan mengatasi stunting serta meningkatkan perkembangan otak (Adani & Nindya, 2017).

YouTube adalah situs dimana masyarakat dapat menonton tayangan apa saja. Pengguna juga dapat mengunggah jutaan klip video, dan siapa pun dapat menontonnya di browser webnya tanpa biaya (Miller et al., 2011). YouTube dapat digunakan sebagai media pembelajaran karena merupakan salah satu media yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. YouTube sebagai media pembelajaran mempengaruhi kemampuan berpikir masyarakat, diharapkan ketika masyarakat sudah bisa memanfaatkan YouTube dengan maksimal/dengan baik, bukan tidak mungkin akan terciptanya kompetensi berpikir kritis (*critical thinking*), kreatif dan inovasi (*creative and innovative*), kemampuan berkomunikasi (*communication skill*), kemampuan bekerja sama (*collaboration*) dan kepercayaan diri (*confidence*) (Maulana et al., 2020).

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka diadakan program pengabdian masyarakat dalam memberikan informasi olahan makanan sehat melalui media YouTube guna pencegahan stunting. Pengembangan aspek keterampilan untuk menciptakan suatu

kondisi yang lebih baik dalam satu waktu tertentu (*sustainable*) sehingga menurunnya angka kejadian stunting pada anak.

3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Upaya inovasi pangan berbasis bahan pangan lokal sangat penting untuk dikembangkan guna pencegahan stunting. Asupan olahan dengan bahan dasar makanan protein tinggi sangat diperlukan guna mencegah stunting. Bagi masyarakat Indonesia secara umum, pengetahuan mengenai berbagai pilihan bahan pangan yang tetap bergizi dan berbasis lokal akan lebih bermanfaat dalam mendorong konsumsi masyarakat Indonesia ke bahan pangan lokal khususnya untuk pencegahan stunting.

Program pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada masyarakat umum yang dapat mengakses media YouTube dengan melihat tayangan video yang membahas keterampilan olahan makanan berbahan dasar ikan kembung dan kacang kedelai. Program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu membantu mengurangi angka stunting yang ada di Indonesia. Dengan melalui media YouTube ini diharapkan dapat memberikan informasi olahan makanan berbahan dasar ikan kembung dan kacang kedelai yang dapat diakses kapan dan dimana saja.

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah deskriptif. Subjek penelitian ini adalah masyarakat umum yang terdiri dari remaja puteri, ibu hami dan ibu menyusui sebagai masyarakat yang nantinya akan melahirkan anak yang lahir sehat dan bergizi guna mendukung program pemerintah 1000 Hari Pertama Kehidupan. Instrumen respons masyarakat terhadap video tutorial dikembangkan berdasarkan teori Rogers. Menurut Everet Rogers, penerimaan pengguna terhadap suatu inovasi dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu sebagai berikut.

- 1) Keuntungan relatif (*relative advantage*), yakni sejauh mana video tutorial dianggap memberikan manfaat bagi proses pembelajaran. Tingkat keuntungan relatif tersebut dapat diukur dari aspek ekonomi, penghargaan, kenyamanan, kepuasan, dan target yang dicapai.
- 2) Kesesuaian (*compatibility*), yakni sejauh mana penggunaan video tutorial dipandang sejalan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, nilai-nilai estetika yang dipercayai masyarakat, dan tingkat kesesuaian dalam pemakaian dibanding dengan media pembelajaran yang ada sebelumnya.
- 3) Kerumitan (*complexity*), yakni sejauh mana video tutorial dipandang sulit untuk digunakan dan dipahami. Semakin mudah masyarakat memahami konten dan penggunaan video tutorial maka semakin baik respons mereka terhadap penggunaan video tutorial.
- 4) Ketercobaan (*triability*), yakni sejauh mana video tutorial dapat dicoba dalam kelompok kecil sebelum diujicobakan dalam kelompok besar. Sebuah inovasi yang dapat diujicoba sebelum dipakai secara terus menerus akan berpeluang lebih cepat untuk diterima daripada inovasi yang tidak bisa diujicoba.
- 5) Keteramatan (*observability*), yakni sejauh mana masyarakat dapat mengamati pengaruh dari video tutorial bagi proses pembelajarannya. Semakin mudah mereka

mengamati pengaruh tersebut maka semakin besar peluang terhadap penerimaan video tutorial (Rogers et al., 2019)

Teknik analisis yang digunakan untuk menilai respons masyarakat adalah analisis deskriptif dan tabel penilaian. Hasil respons masyarakat terhadap penggunaan video tutorial juga akan diperdalam melalui wawancara singkat dengan masyarakat pengguna video tutorial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilaksanakan secara online melalui media YouTube dilakukan dengan alasan bahwa saat ini bangsa Indonesia dan seluruh dunia mengalami masa pandemik COVID-19 yang mana tidak diperbolehkannya adanya kegiatan yang mengumpulkan orang banyak. Namun selain itu juga, media YouTube digunakan sebagai informasi olahan bahan dasar guna mencegah stunting.

Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi.

Berdasarkan konsep awalnya dibangunnya situs video YouTube sebagai salah satu media sosial berbasis video yang di rancang untuk berbagi video dengan sesama rekan komunitas dan saling berkomentar satu dengan lainnya tentang hasil unggah video. Adanya video YouTube dapat meningkatkan jumlah pengguna serta varian bentuk sajian video di YouTube. Video yang ada di YouTube dapat dilihat dan diunggah kapan dan dimana saja.

4.1. Hasil

Respon Masyarakat Terhadap Penggunaan Video Tutorial Dalam Media YouTube

Berdasarkan jumlah masyarakat yang mengisi instrument ini yang bersedia memberikan jawaban adalah 56 orang. Adapun profil responden ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Profil responden

No	Aspek	Jumlah
1	Usia	1,8 % berusia 16 tahun (1 orang) 41% berusia 19 tahun (23 orang) 10,7% berusia 20 tahun (6 orang) 3,6% berusia 21 tahun (2 orang) 12,5% berusia 22 tahun (7 orang) 1,8% berusia 23 tahun (1 orang) 1,8% berusia 24 tahun (1 orang) 5,4% berusia 25 tahun (3 orang) 1,8% berusia 26 tahun (1 orang) 7,1% berusia 27 tahun (4 orang) 1,8% berusia 28 tahun (1 orang)

		3,6% berusia 29 tahun (2 orang)
		3,6% berusia 30 tahun (2 orang)
		1,8% berusia 33 tahun (1 orang)
		1,8% berusia 35 tahun (1 orang)
2	Kategori	70% remaja puteri 16% ibu hamil 14% ibu menyusui

Sumber: Hasil Survei

Penilaian respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap penggunaan media YouTube akan dinilai menggunakan tabel penilaian berikut.

Tabel 2. Kategori Penilaian

No.	Rentang Skor Kuantitatif	Kategori	Rentang Skor
1.	$X > Mi + 1,8 S_{bi}$	Sangat baik (SB)	$X > 4,2$
2.	$Mi + 0,6 S_{Bi} < X \leq Mi + 1,8 S_{bi}$	Baik (B)	$3,4 < X \leq 4,2$
3.	$Mi - 0,6 S_{Bi} < X \leq Mi + 0,6 S_{bi}$	Cukup (C)	$2,6 < X \leq 3,4$
4.	$Mi - 1,8 S_{Bi} < X \leq Mi - 0,6 S_{bi}$	Kurang (K)	$1,8 < X \leq 2,6$
5.	$X < Mi - 1,8 S_{bi}$	Sangat kurang (SK)	$X \leq 1,8$

Sumber: (Batubara & Ariani, 2016)

Berdasarkan hasil jawaban masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) dan merujuk pada kategori respons di atas, maka respons masyarakat pada setiap indikator adalah sebagai berikut.

1. Relative Advantage

Hasil penilaian dari aspek ini adalah sebagai berikut :

Relative Advantage



Gambar 1. Hasil Data *Relative Advantage*

2. *Compatibility*

Hasil penilaian dari aspek ini adalah sebagai berikut :

Compatibility

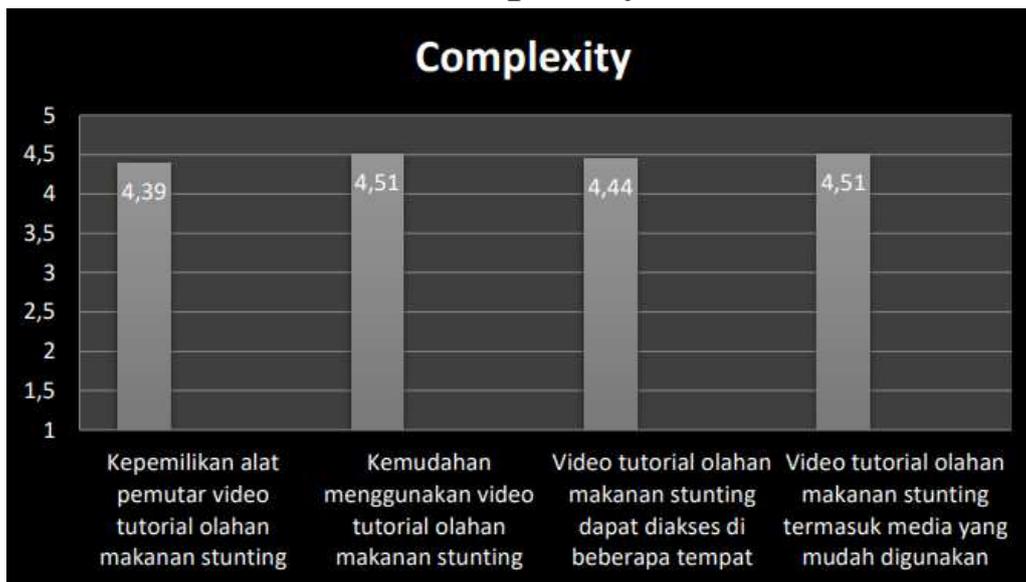


Gambar 2. Hasil Data *Compatibility*

3. *Complexity*

Hasil penilaian dari aspek ini adalah sebagai berikut :

Complexity

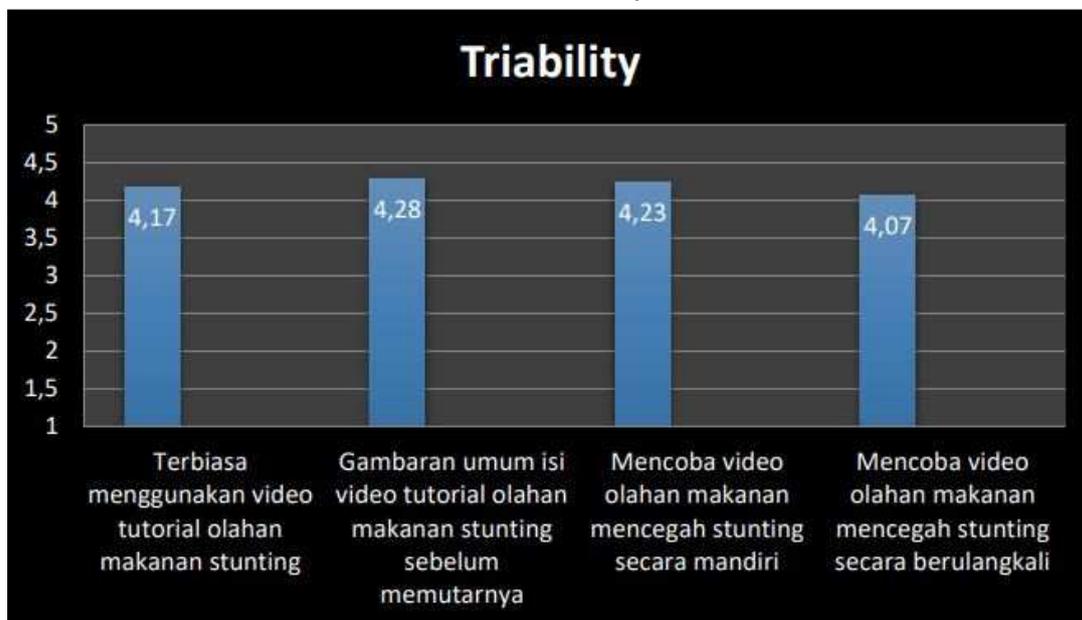


Gambar 3. Hasil Data *Complexity*

4. *Triability*

Hasil penilaian dari aspek ini adalah sebagai berikut :

Triability

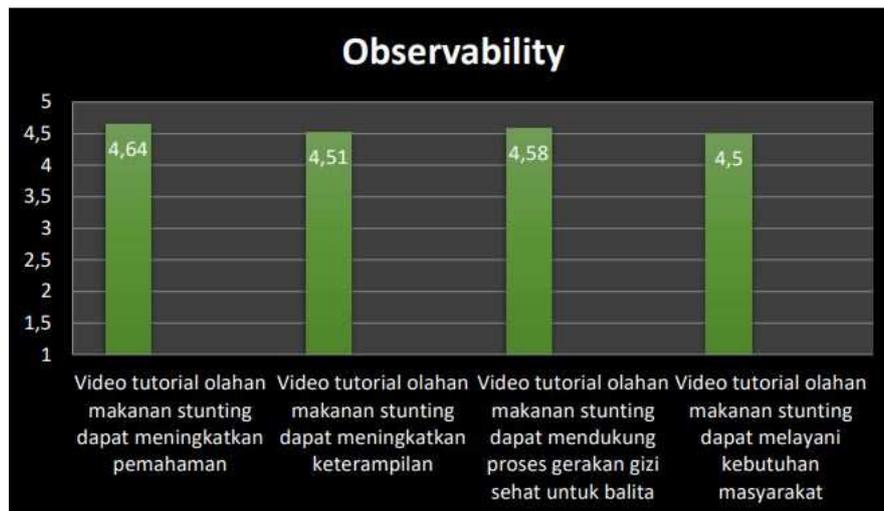


Gambar 4. Hasil Data *Triability*

5. *Observability*

Hasil penilaian dari aspek ini adalah sebagai berikut :

Observability



Gambar 5. Hasil Data *Observability*

4.2. Pembahasan

Berdasarkan gambar-gambar di atas diketahui bahwa respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap penggunaan video YouTube adalah sebagai berikut :

1. Respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap keuntungan yang diperoleh rata-rata dari penggunaan video tutorial YouTube adalah bernilai 4.41, artinya sangat baik. Indikator keuntungan tersebut meliputi aspek meningkatkan pemahaman, memperjelas olahan makanan, meningkatkan kemandirian mengolah makanan, dan mengatasi masalah pencegahan stunting.
2. Respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap kesesuaian video tutorial YouTube adalah bernilai rata-rata 4.27, artinya sangat baik. Kesesuaian tersebut meliputi kualitas gambar, audio, konten, dan penyajian materi.
3. Respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap tingkat kesulitan dari penggunaan video tutorial YouTube adalah bernilai rata-rata 4.47, artinya sangat baik. Indikator kesulitan tersebut meliputi kepemilikan alat pemutar video, kemudahan menggunakan video tutorial, video tutorial dapat diakses di berbagai tempat, dan persepsi terhadap kemudahan menggunakan video tutorial.
4. Respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap ketercobaan video tutorial YouTube adalah bernilai rata-rata 4.19, artinya baik. Indikator ketercobaan ini meliputi aspek keterbiasaan, pengetahuan awal sebelum mencoba video tutorial, kemampuan untuk mencoba sendiri, dan kemampuan mencoba video tutorial secara berulang kali.
5. Respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap keteramatan hasil penggunaan video tutorial YouTube adalah bernilai rata-rata 4.56, artinya sangat baik. Indikator keteramatan tersebut adalah melalui pernyataan masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap pengaruh penggunaan video tutorial YouTube terhadap pemahamannya, keterampilannya, pelayanan gizi sehat, dan melayani kebutuhannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa video tutorial YouTube bermanfaat sebagai sarana komunikasi

bagi Komunitas Makassar vidgram termasuk kategori cukup membantu. Penelitian ini juga menemukan karakteristik YouTube berdasarkan pemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna, berdasarkan masing-masing kebutuhan pengguna Respon dari para informan mengenai kelebihan dan kekurangan YouTube sebagai sarana komunikasi yang lebih condong pada kelebihannya, membuat YouTube ternilai sangat efektif dan efisien sebagai sarana komunikasi bagi komunitas ini (Fatty Faiqah, Muh Najib, 2016). Didukung pula oleh hasil penelitian bahwa dengan menggunakan media video tutorial YouTube dapat meningkatkan dua kali lipat persentase pelajar yang lulus pada mata pelajaran (Bohloko et al., 2019). Video tutorial YouTube juga merupakan alat yang efektif dalam mengajarkan aspek keterampilan dan pencapaian kognitif (Ebied et al., 2016).

Beberapa alasan masyarakat menyukai video tutorial menurut hasil wawancara penulis adalah: (a) mudah digunakan, (b) dapat diputar berulang, (c) jelas dalam mendemonstrasikan suatu keterampilan, (d) membuat proses informasi lebih santai, e) mengolah makanan untuk mencegah stunting dan f) mengurangi angka kejadian stunting.

5. KESIMPULAN DAN SARAN (*Conclusions and Recommendations*)

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan video tutorial YouTube di masa pandemi virus corona dapat melengkapi sarana informasi olahan makanan sehat guna pencegahan stunting melalui masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) secara online. Oleh karena itu, fasilitator dapat menggunakan video tutorial sebagai bahan diskusi, bahan praktek, dan meningkatkan pemahaman masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui). Respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) terhadap penggunaan video tutorial secara umum memperoleh skor 4,38 yang berarti sangat baik. Penilaian respons masyarakat (remaja puteri, ibu hamil dan ibu menyusui) tersebut meliputi aspek keuntungan relatif yang bernilai 4,41 (sangat baik), aspek kesesuaian yang bernilai 4,27 (sangat baik), aspek kerumitan yang bernilai 4,47 (sangat baik), aspek ketercobaan yang bernilai 4,19 (baik), dan aspek keteramatan yang bernilai 4,56 (sangat baik).

6. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

- Adani, F. Y., & Nindya, T. S. (2017). Perbedaan Asupan Energi, Protein, Zink, dan Perkembangan pada Balita Stunting dan non Stunting. *Amerta Nutrition*, 1(2), 46. <https://doi.org/10.20473/amnt.v1i2.6225>
- Arief Ardianto, Faisal Ibnu, R. N. (2017). View of Risk Factors That Cause Stunting in Indonesia.pdf. *International Journal of Nursing and Midwifery*, 1(1), 46–48.

- Batubara, H. H., & Ariani, D. N. (2016). Pemanfaatan Video sebagai Media Pembelajaran Matematika SD/MI. *Muallimuna : Jurnal Madrasah Ibtidaiyah*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.31602/muallimuna.v2i1.741>
- Bohloko, M., Makatjane, T. J., George, M. J., & Mokuku, T. (2019). Assessing the Effectiveness of using YouTube Videos in Teaching the Chemistry of Group I and VII Elements in a High School in Lesotho. *African Journal of Research in Mathematics, Science and Technology Education*, 23(1), 75–85. <https://doi.org/10.1080/18117295.2019.1593610>
- de Onis, M., & Branca, F. (2016). Childhood stunting: A global perspective. *Maternal and Child Nutrition of Journal*, 12, 12–26. <https://doi.org/10.1111/mcn.12231>
- Dehghani, M., Niaki, M. K., Ramezani, I., & Sali, R. (2016). Evaluating the influence of YouTube advertising for attraction of young customers. *Computers in Human Behavior*, 59, 165–172. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.037>
- Ebied, M. M. A., Kahouf, S. A. A.-S., & Abdel Rahman, S. A. (2016). Effectiveness of Using YouTube in Enhance the Learning of Computer in Education Skills in Najran University. *International Interdisciplinary Journal of Education*, 5(3 Part 2), 619–625. <https://doi.org/10.12816/0035903>
- Ernalina, Y., Dwi Utari, L., . S., & Restuastuti, T. (2018). Different Intakes of Energy and Protein in Stunted and Non-stunted Elementary School Children in Indonesia. *KnE Life Sciences of Journal*, 4(4), 556. <https://doi.org/10.18502/klis.v4i4.2318>
- Fatty Faiqah, Muh Najib, A. S. A. (2016). YouTube sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvigram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5, 259–272. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Green, J. C., Aziz, T., Joseph, J., Ravanam, A., Shahab, S., & Straus, L. (2018). YouTube Enhanced Case Teaching in Health Management and Policy. *Journal of Health Professions Education*, 4(1), 48–58. <https://doi.org/10.1016/j.hpe.2017.02.006>
- Hall, C., Bennett, C., Crookston, B., Dearden, K., Hasan, M., Linehan, M., Syafiq, A., Torres, S., & West, J. (2018). Maternal Knowledge of Stunting in Rural Indonesia. *International Journal of Child Health and Nutrition*, 7(4), 139–145. <https://doi.org/10.6000/1929-4247.2018.07.04.2>
- Laurus, G., Fatimah, S. N., & Gurnida, D. A. (2016). Pattern of Energy and Protein Intake among Stunted Children Aged 3–5 Years in Jatinangor. *Althea Medical Journal*, 3(3), 364–370. <https://doi.org/10.15850/amj.v3n3.907>
- Madathil, K. C., Rivera-Rodriguez, A. J., Greenstein, J. S., & Gramopadhye, A. K. (2015). Healthcare information on YouTube: A systematic review. *Health Informatics Journal*, 21(3), 173–194. <https://doi.org/10.1177/1460458213512220>

- Maulana, A. I., Video, Q., Education, Z., & Guru, R. (2020). PEMANFAATAN MEDIA YOUTUBE DALAM MENINGKATKAN. *Transformasi Pendidikan Sebagai Upaya Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDCs) Di Era Society 5.0*, 348–353.
- Mikhail, Z. A., Sobhy, H. M., & ElSayed, H. . (2013). Effect of Nutritional Status on Growth Pattern of Stunted Preschool Children in Egypt. *Academic Journal of Nutrition*, 2(1), 1–9.
<https://doi.org/10.5829/idosi.aj.2013.2.1.7466>
- Miller, M., Hurlbert, W., World, B. B., Business, B., Radio, S., Farmery, A., Brand, T. E., Trgovac, K., Trgovac, K., Media, L., Iasiuolo, J., Producer, E., Business, Y. F., Marketing, O. V., Business, A., Miller, M., Ybarra, R., New, T., & Radio, M. (2011). *Praise for YouTube for Business* , *Second Edition* (Second). Greg Wiegand.
- Ni'mah Khoirun, & Nadhiroh, S. R. (2015). Faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Stunting Pada Balita. *Media Gizi Indonesia*, 10(1), 13–19. <http://ejournal.unair.ac.id/index.php/MGI/article/view/3117/2264>
- Paek, H. J., Hove, T., & Jeon, J. (2013). Social Media for Message Testing: A Multilevel Approach to Linking Favorable Viewer Responses with Message, Producer, and Viewer Influence on YouTube. *Health Communication of Journal*, 28(3), 226–236. <https://doi.org/10.1080/10410236.2012.672912>
- Rahmadhita, K. (2020). Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada Permasalahan Stunting dan Pencegahannya Pendahuluan. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 11(1), 225–229. <https://doi.org/10.35816/jiskh.v10i2.253>
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2019). Diffusion of innovations. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Third Edition*. <https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- TIM NASIONAL PERCEPATAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN. (2017). *100 Kabupaten/Kota Prioritas untuk Intervensi Anak Kerdil (Stunting)*. www.tnp2k.go.id
- Tumilowicz, A., Beal, T., & Neufeld, L. M. (2018). A review of child stunting determinants in Indonesia. *Maternal and Child Nutrition of Journal*, October 2017, 1–10. <https://doi.org/10.1111/mcn.12617>