

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan dalam pembangunan suatu bangsa sangat ditentukan dari sumber daya manusia (SDM). Gizi merupakan salah satu penentu bagi pencapaian peningkatan kualitas SDM dan mempengaruhi kelangsungan hidup manusia (Siagian, 2011). Masalah gizi pada hakikatnya merupakan masalah kesehatan yang banyak terjadi di masyarakat. Permasalahan gizi juga dimasukkan pada *Millennium Development Goals (MDGs)* dengan tujuan utama yaitu mengatasi masalah kekurangan gizi, meningkatkan kesehatan anak serta menekan angka kematian anak dimana salah satu faktornya yaitu disebabkan oleh gizi buruk. Masalah gizi buruk dan gizi kurang nampaknya belum dapat diatasi dengan baik dalam skala nasional maupun internasional, tercatat 101 juta anak dibawah lima tahun menderita gizi buruk.

Dikutip dari artikel RRI.co.id, dalam pemenuhan Gizi Nasional Indonesia Emas 2045, Kementerian Kesehatan akan menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah, masyarakat, dan lembaga terkait lainnya. Salah satu fokus utama yaitu mensosialisasikan pentingnya gizi sebagai dasar kesejahteraan dan pembangunan bangsa. Badan Gizi Nasional juga mendukung program-program kabupaten untuk meningkatkan akses gizi masyarakat. Kerja sama dengan kementerian kesehatan dan instansi lain juga akan diperkuat untuk menjangkau seluruh wilayah. Fokusnya adalah mengoptimalkan pemenuhan gizi hingga ke daerah-daerah terpencil. Dengan langkah strategis dan kolaborasi yang solid, program gizi dapat membawa dampak signifikan. Hal ini menjadi bagian dari upaya mewujudkan Indonesia emas 2045.

Saat ini terbilang masa yang sudah modern, tidak dapat dipungkiri pada khalayak umum sudah sangat bergantung pada informasi yang cepat, aktual, serta terpercaya. Informasi sangat berkaitan erat dengan komunikasi. Komunikasi merupakan salah satu aspek yang ada di dalam kehidupan manusia yang tidak

mungkin untuk dilewatkan. Komunikasi dapat diartikan sebagai proses pertukaran dan pemahaman informasi antara dua belah pihak atau lebih. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila komunikasi menciptakan kebersamaan, kesepahaman antara komunikator dengan komunikan, atau dalam kata lain komunikasi yang efektif terjadi apabila penerima pesan mengerti informasi yang telah diberikan oleh pengirim pesan (Suprpto, 2009).

Pembuatan konten-konten oleh lembaga atau institusi saat ini sangat diperlukan untuk penyebaran informasi. Hal itu diperlukan karena fungsi kehumasan adalah berkomunikasi dengan publik baik berupa komunikasi satu arah maupun dua arah. Humas merupakan suatu posisi yang berhubungan dengan masyarakat luas/meningkatkan citra positif. Sama halnya dengan institusi penyiaran dimana informasi yang disebarkan kepada masyarakat luas dapat meningkatkan citra media massanya (Ardianto, 2012). Berdasarkan pernyataan di atas, hal ini dapat disimpulkan bahwa seorang humas ditugaskan untuk memberikan penjelasan baik secara internal maupun eksternal dan mampu menganalisis, menasehati dan mempunyai wawasan yang luas untuk meningkatkan tujuan lembaga kepada publik, seperti penyebaran informasi.

Humas memiliki ikatan yang erat dengan berbagai media, baik media cetak seperti surat kabar, majalah, dan tabloid, serta media elektronik seperti televisi, radio, ataupun internet. Karena melalui dan melibatkan media, bidang humas dapat melakukan kegiatan sesuai bidangnya. Salah satu kegiatan humas yang berkaitan dengan media ditemui melalui kegiatan media relations seperti konferensi *pers*, *press briefing*, *press tour*, *press release*, *special event*, *press luncheon*, wawancara pers. Kegiatan media relations dapat dilaksanakan dengan baik untuk menyalurkan sebuah pesan melalui pers kepada *audience* yang efektif, dan dapat tersebar luas apabila disalurkan melalui media dengan baik. (Widjaja H. , 2010).

Peran humas saat ini sangat diperlukan perusahaan seperti halnya media televisi MTATV Surakarta, yang merupakan sebuah perusahaan media televisi swasta yang berada di bawah naungan lembaga Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA). Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) merupakan lembaga badan hukum berbentuk yayasan yang bergerak di bidang dakwah agama Islam, sosial, dan pendidikan.

Majlis Tafsir Al-Qur'an (MTA) berkantor pusat di Kota Surakarta. Siaran televisi MTATV dapat dinikmati secara terestrial pada channel 52 UHF. MTATV merupakan televisi komunitas sehingga tidak dapat dinikmati secara bebas (*free to air*) melainkan harus berlangganan. Televisi adalah satu dari dua jenis media elektronik, disamping radio. Salah satu program acara televisi MTATV Surakarta Saatnya Wanita Berbicara adalah sebuah acara atau konten yang dibuat oleh MTATV untuk menyebarkan informasi khususnya dalam membahas ilmu gizi. Ilmu gizi sangat penting dalam masyarakat karena ilmu gizi mampu mengidentifikasi permasalahan yang timbul dalam suatu kelompok masyarakat. Pentingnya kesadaran gizi merupakan langkah awal menuju masyarakat yang lebih sehat.

Strategi humas yang dilakukan MTATV Surakarta dengan cara melakukan komunikasi yang baik dan efektif terhadap wartawan dan lembaganya, mengadakan promosi dan kerja sama dengan berbagai pihak untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang kelebihan yang dimiliki pada program acara saatnya wanita berbicara khususnya sub gizi. Strategi yang dilakukan dalam melakukan publikasi dapat dilakukan dengan beberapa media cetak dan elektronik.

Sosialisasi gizi merupakan kegiatan pendidikan kesehatan yang dilakukan dengan menyebarkan pesan, menanamkan keyakinan masyarakat sehingga masyarakat tidak hanya saja sadar, mengetahui dan mengerti, tetapi juga ingin dan dapat melakukan suatu anjuran yang ada hubungannya dengan kesehatan (Machfoedz, 2007).

Humas MTATV berperan dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang gizi, serta mendorong perubahan perilaku yang mendukung pola makan yang sehat. Humas MTATV dalam melakukan kegiatan promosi gizi bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat terhadap makanan sehingga mereka dapat membuat pilihan makanan yang lebih baik dan mendukung kesehatan mereka.

MTATV merupakan televisi komunitas sehingga tidak dapat dinikmati secara bebas. Sebagian besar masyarakat khususnya di Indonesia belum mengetahui dengan keberadaan stasiun televisi MTATV. Peran humas dibutuhkan

khususnya dalam meningkatkan sosialisasi bahwa MTATV merupakan stasiun televisi yang bukan hanya berfokus pada kegiatan dakwah saja, akan tetapi stasiun televisi MTATV memiliki beberapa program acara yang menarik seperti Saatnya Wanita Berbicara episode Sehat dan Gizi. Peneliti berfokus pada acara Saatnya Wanita Berbicara episode Sehat dan Gizi karena informasi terkait gizi paling sering diminati oleh masyarakat luas, khususnya pada keluarga yang sudah memiliki anak.

Seorang humas berperan sebagai mediator dalam memberikan atau menyebarkan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya ilmu gizi. Peran humas salah satunya menjalankan tugas fungsi penerangan di dalam suatu perusahaan maupun keluar perusahaan. Peran humas sebagai penyelenggara komunikasi ke dalam maupun keluar memiliki fungsi sebagai penyaring (filterasi), serta mengelola dan menyajikan informasi yang diperlukan, sehingga sesuai dengan kebutuhan komunikasi yang dituju, mengelola komunikasi yang sehat serta menyetujui apa yang disampaikan (Widjaja A., 1993)

Alasan peneliti memilih program acara tersebut karena ilmu gizi menurut Lioni Elis H. (Borneo, 2022), Gizi merupakan unsur vital yang dibutuhkan untuk proses perkembangan dan pertumbuhan masyarakat. Kebutuhan gizi ini dipenuhi dengan memperhatikan prinsip keanekaragaman pangan, aktivitas fisik, perilaku hidup bersih, dan mempertahankan berat badan normal. Hal ini dilakukan untuk mencegah gangguan gizi. Melalui program acara Saatnya Wanita Berbicara bahwa informasi terkait gizi dapat disebarluaskan oleh Humas MTATV dan diterima oleh khalayak luas, maka penting untuk dipahami strategi komunikasi yang digunakan humas institusi tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

Bagaimana Strategi Komunikasi Humas MTATV Surakarta Dalam Mensosialisasikan Acara Saatnya Wanita Berbicara Episode Sehat dan Gizi di Instagram Periode Januari 2025 – Januari 2026?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Humas MTATV Surakarta Dalam Mensosialisasikan Acara Saatnya Wanita Berbicara Episode Sehat dan Gizi di Instagram Periode Januari 2025 – Januari 2026.

1.4. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut.

1.4.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan evaluasi bagi MTATV Surakarta dalam pelaksanaan dan pengembangan Strategi Komunikasi Humas MTATV Surakarta Dalam Mensosialisasikan Acara Saatnya Wanita Berbicara Episode Sehat dan Gizi di Instagram Periode Januari 2025 – Januari 2026.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis terutama dalam mengembangkan keilmuan komunikasi khususnya dibidang strategi komunikasi humas dalam ranah institusi penyiaran.