

Received: Oktober 2023

Accepted: Juni 2024

Published: Juli 2024

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/jam.v8i02.2510>

## **Pendekatan Partisipatif Untuk Pencegahan Stunting melalui Pelatihan Konten Kreator TIKTOK bagi Remaja Rentan di Wilayah Kelurahan Tengah Jakarta Timur**

*Hastin Trustisari**Universitas Binawan, Indonesia*[hastin@binawan.ac.id](mailto:hastin@binawan.ac.id)*Tuti Kartika**Politeknik Kesejahteraan Sosial Bandung, Indonesia*[kartika\\_64@yahoo.com](mailto:kartika_64@yahoo.com)

### **Abstrak**

Remaja rentan merupakan salah satu kelompok risiko yang sering diabaikan dalam pemberian edukasi tentang pencegahan stunting. Pendekatan partisipatif digunakan untuk memastikan remaja rentan terlibat aktif mulai dari perencanaan sampai evaluasi pada kegiatan pencegahan stunting. Tujuan pengabdian masyarakat ini difokuskan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran remaja dalam pencegahan stunting sejak dini. Strategi yang digunakan dengan menyelenggarakan pelatihan pembuatan konten kreatif melalui platform TIK-TOK dengan pesan pencegahan stunting remaja. Metode yang digunakan meliputi tahapan pra persiapan, persiapan, pelaksanaan, evaluasi serta tindak lanjut. 10 Remaja berumur 15-21 tahun pada lokasi rentan stunting di Kelurahan Tengah Jakarta Timur menjadi sasaran utama pelatihan ini. Pelatihan difokuskan pada peningkatan pengetahuan pencegahan stunting dan penggunaan media sosial TIK-TOK sebagai sarana edukasi dan advokasi pencegahan stunting pada remaja. Hasil kegiatan ini menghasilkan video TIKTOK dengan pesan pencegahan stunting dengan target remaja. Video ini juga diupload di youtube dan mendapatkan di HKI/Hak Kekayaan Intelektual. Rekomendasi kedepan, kegiatan stunting berfokus pada remaja perlu ditingkatkan dengan menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi bagi remaja dapat dilakukan lebih massif lagi.

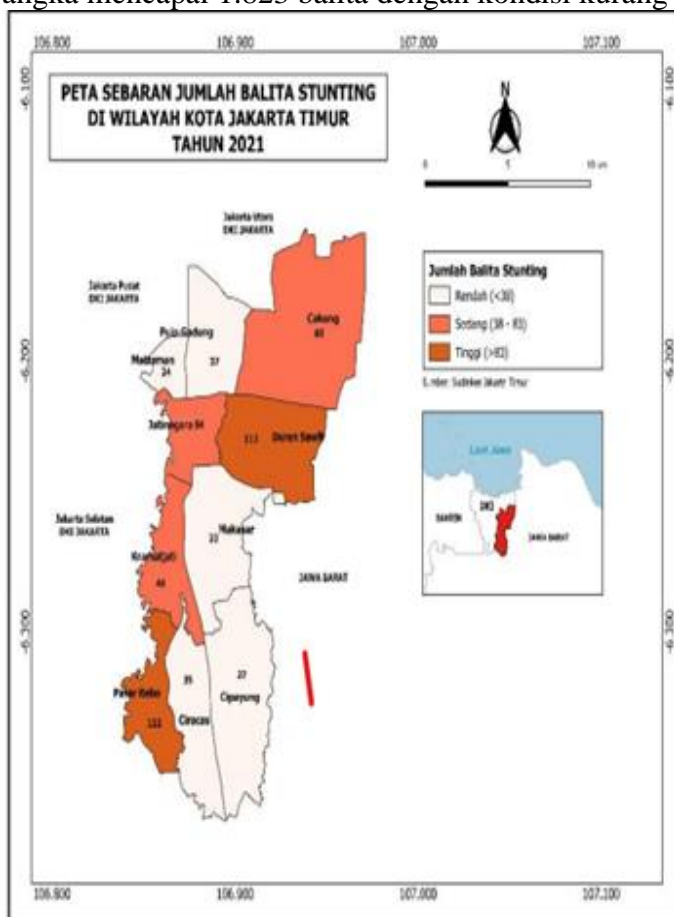
Kata kunci; *Partisipasi; Stunting; Remaja rentan; Pelatihan; TikTok*

### **Pendahuluan**

World Health Organization/WHO (2022) merilis data sebanyak 149.2 juta anak dibawah usia 5 tahun mengalami stunting dengan berat badan kurang sebanyak 54.5 juta. Data Riskesdas tahun 2018 memperlihatkan bahwa sebesar 25,7% remaja yang berumur antara 13-15 tahun mempunyai status gizi pendek dan sangat pendek, dan sebanyak 26,9% ditemukan pada rentang remaja yang berumur 16-18. Tentunya, data tersebut mengindikasikan kondisi gizi dan perkembangan fisik pada remaja di Indonesia yang perlu perhatian dan mendapatkan intervensi khusus (Kemenkes RI, 2018). Terlebih hasil sensus penduduk Tahun 2020 menggambarkan bahwa penduduk Indonesia pada generasi Z yaitu generasi yang lahir antara tahun 1997-2012

berada pada angka 27,943%. Remaja juga dinyatakan pada satu kelompok umur yang rentan dengan prevalensi anemia di negara berkembang yaitu berkisar 27% dan 6% di negara maju (Kemenkes RI, 2018).

Provinsi DKI telah mencatat 1.823 balita dengan kondisi kurang gizi pada lokasi Jakarta Timur dan Kepulauan Seribu (BPS, 2022; Riznawati & Tris, 2023). Prevalensi angka stunting akut yang dicatat oleh Provinsi DKI Jakarta menunjukkan sebesar 16.8%. Sementara data BPS Provinsi DKI Jakarta tahun 2020 menunjukkan bahwa terdapat 6.047 balita yang menderita kekurangan gizi dan Kota Jakarta Timur menjadi wilayah tertinggi di DKI Jakarta dengan angka mencapai 1.823 balita dengan kondisi kurang gizi (Jakarta, 2021).



Gambar 1.1. Peta sebaran stunting wilayah Jakarta Timur.

Sumber: Riznawati & Tris, 2023

sangat tergantung pada akses internet untuk mendapatkan informasi yang tidak terbatas (Putra et al., 2022). Untuk itu, dibutuhkan inovasi dan kreativitas dalam memperlakukan media untuk mendekati remaja, agar pesan yang disampaikan terkait dengan pencegahan stunting menjadi efektif (Millati et al., 2021). Mengingat media sosial merupakan media yang paling berpengaruh dalam pencegahan stunting pada remaja. Penelitian Marlinawati (2023) memperkuat temuan ini yang menyatakan bahwa setidaknya terdapat 5 intervensi media yang berpotensi dalam pencegahan stunting termasuk audiovisual, aplikasi Android, media sosial, leaflet leaflet, dan buklet.

Status gizi remaja sangat erat kaitannya dengan perubahan gaya hidup yang dilakukan oleh remaja pada kehidupan sehari-hari. Sembarangan memilih jajanan, kecenderungan mengabaikan nilai gizi pada makanan, pengetahuan yang terbatas tentang gizi menjadi salah satu hal yang mempengaruhi status gizi mereka (Iftita & Merryana, 2013). Padahal remaja dianggap kelompok yang potensial sebagai agen perubahan yang dapat mempengaruhi perilaku teman sebaya dan lingkungan dimana mereka tinggal. Untuk itu keterlibatan remaja tidak dapat dianggap sebelah mata, karena mereka bagian terpenting dalam pengembangan potensi diri, kretivitas, inovasi serta potensi idealisme dalam pencegahan stunting (Millati et al., 2021).

Isu stunting menjadi hal yang menarik perhatian ketika disajikan pada media yang banyak diakses oleh remaja (Marlinawati et al., 2023). Diperkuat dengan gempuran teknologi infomasi pada era revolusi industry 4.0 saat ini, menjadikan semua aktifitas remaja

Platform media sosial berbagi video TikTok telah mengalami peningkatan pesat dalam penggunaannya sejak dirilis pada tahun 2016. Meskipun TikTok menawarkan fitur-fitur yang sudah tersedia di platform yang sudah ada dan mapan seperti Instagram, YouTube, dan Facebook (Bhandari & Bimo, 2022). Namun TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan anak muda dan sangat digemari dengan pesan singkat dan menarik (Bhandari & Bimo, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian Marlinawati (2023) yang menunjukkan media yang digemari oleh remaja saat ini untuk menyerap informasi adalah media TikTok (36,75%), Instagram (22,29%), Twitter (20,25%), Youtube (16,66%), dan Facebook (12,61%). Dijelaskan pula bahwa video audiovisual yang disertai dengan penjelasan menjadi media kedua yang efektif digunakan, ditandai dengan peningkatan pengetahuan dari 50,9% menjadi 76,6% dibandingkan dengan penggunaan video tanpa penjelasan. (Marlinawati et al., 2023; Putra et al., 2022; Vinci et al., 2022).

Meskipun sebelumnya Tiktok dianggap sebagai media sosial yang isinya banyak mengandung konten negatif atau media sosial yang sekedar menampilkan penggunanya joget-joget saja, namun belakangan dimanfaatkan untuk memberikan pengetahuan kepada remaja/kaum muda. Justru penyampaian pesan yang dibuat dengan gaya santai menggunakan talent baik pria maupun wanita dengan usia setara dengan audiens yang dituju (19-30 tahun) sambil berjoget-joget atau dengan topik yang *relate* dengan kehidupan anak muda adalah bagian strategi untuk mendekatkan diri pada audiens (Bender, 2022; Tang, 2019).

TikTok dengan ciri khas video berdurasi 15-60 detik yang bisa dikreasikan oleh penggunanya dengan dukungan musik, berbagai filter, dan fitur-fitur lain dianggap mendorong anak muda yang menjadi penggunanya menjadi lebih percaya diri dan terdorong menjadi *content creator* (Bender, 2022). Meskipun kadang dijumpai, video-video TIKTOK sering kali membingkai promosi kesehatan melalui lensa yang ideal, tanpa menyertakan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai perubahan perilaku dalam menyajikan pesan kesehatan termasuk pencegahan stunting (Bender, 2022; O'Donnell et al., 2023).

Berangkat dari hal tersebut maka pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat untuk pencegahan stunting di Kelurahan Tengah Kecamatan Kramatjati Jakarta Timur dilakukan dengan pendekatan partisipatif pada remaja rentan. Platform yang dipilih adalah TikTok sebagai sarana edukasi dan advokasi remaja melalui pesan yang menarik dan singkat dengan pelatihan konten kreator.

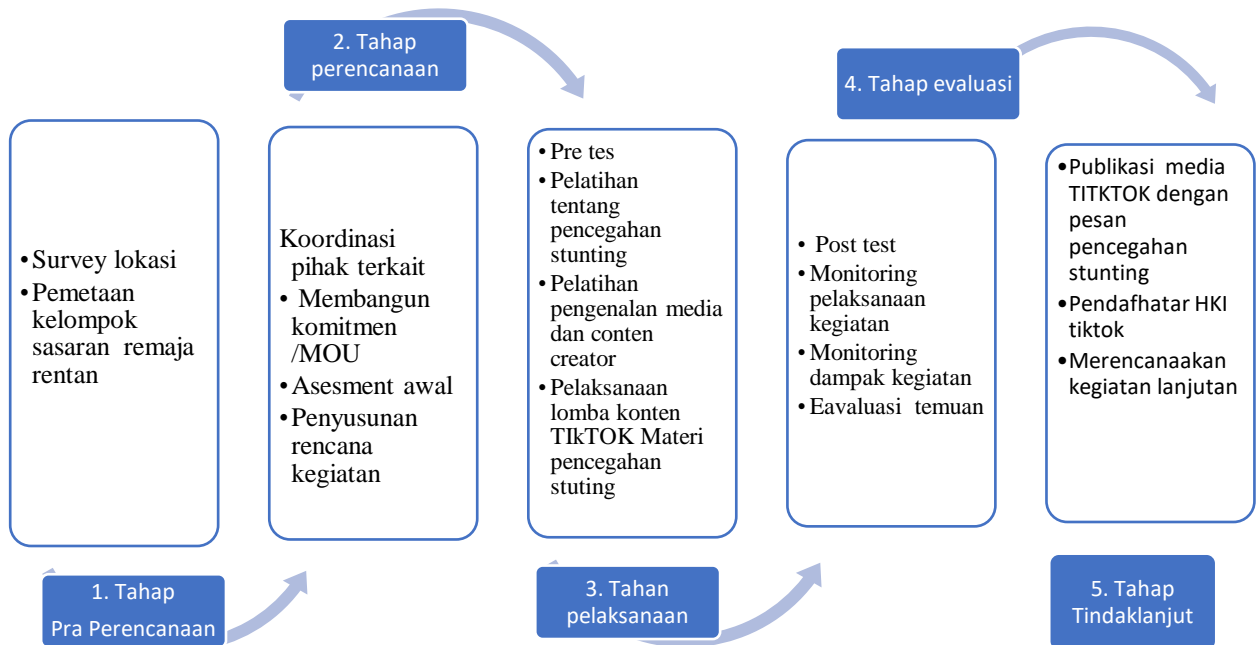
Tabel 1. Tujuan Kegiatan Pelatihan

<b>Goal</b>	Adanya rencana aksi yang dilakukan secara partisipatif oleh remaja rentan tentang pencegahan stunting melalui platform TIKTOK
<b>Objective</b>	Meningkatkan pengetahuan remaja tentang pencegahan stunting berbasis media yang digunakan oleh anak muda.
	Meningkatkan kesadaran pentingnya pencegahan stunting pada remaja rentan melalui optimalisasi media sosial TIKTOK.
<b>Outcome</b>	Remaja rentan meningkat pengetahuannya terkait pencegahan stunting
	Remaja rentan dapat menggunakan media atau platform TikTok untuk membuat konten kreasi dengan tujuan sosialisasi, edukasi pesan kesehatan terutama pada tema pencegahan stunting.
	Perubahan perilaku remaja rentan dari perilaku buruk dalam pemilihan makanan/jajanan sembarangan menjadi memilih makanan yang lebih bergizi.

<b>Activity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelatihan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pencegahan stunting pada remaja.</li> <li>• Pelatihan pengenalan media dan pembuatan konten yang berbasis pada tema kesehatan/ pencegahan stunting pada remaja dengan menggunakan pendekatan partisipatif.</li> </ul>
<b>Target</b>	Remaja rentan yang terdiri dari remaja pengupas bawang di pasar, remaja putus sekolah, remaja dengan ekonomi keluarga rendah.
<b>Output</b>	Dibentuknya kader anti stunting dari kalangan remaja secara sukarela
	Terdapat konten pencegahan stunting yang dihasilkan melalui platform TIKTOK
	Konten stunting melalui TIKTOK dapat dilombakan dan disebarluaskan pada masyarakat luas.

### Metode

Pendekatan partisipatif dimaknai sebagai pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak mulai dari perencanaan sampai evaluasi kegiatan. Pendekatan ini sering digunakan pada komunitas/masyarakat untuk mengajak mereka ikut serta dalam memulai perencanaan, melaksanakan sampai mengevaluasi kegiatan secara bersama-sama. Salah satu tujuan menggunakan pendekatan partisipatif pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendorong kelompok remaja rentan agar memiliki kesempatan terlibat dan berkontribusi serta menjadi agent of change dalam pencegahan stunting mulai dari dirinya sendiri, keluarga dan lingkungan sekitar mereka. Pada pelaksanaan dilapangan, metode yang digunakan meliputi pentahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PkM

## Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pentahapan yang dilakukan pada setiap langkah kegiatan pengabdian masyarakat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Tahap Pra Perencanaan



Gambar 2. Pelaksanaan survey lokasi dan penetapan target sasaran awal.

Tahapan ini dilaksanakan sebelum dilakukan perencanaan kegiatan. Kegiatan dilakukan pada tahap pra perencanaan meliputi 2 kegiatan yaitu; 1) Survey lapangan awal dan pemetaan awal target sasaran. Kegiatan survey awal lapangan bertujuan untuk membuat perencanaan awal untuk menetapkan lokasi kegiatan. Pemetaan awal kelompok sasaran bertujuan agar penetapan target sasaran lebih tepat sesuai dengan tujuan kegiatan. Setelah dilakukan pemetaan lokasi dan target sasaran, maka diputuskan target kelompok

paling rentan adalah kelompok remaja dari keluarga pendatang yang berlokasi di sekitar wilayah Pasar Induk Kramatjati. Kategori yang ditetapkan sebagai target sasaran kegiatan ini adalah kelompok remaja yang rentan putus sekolah, remaja yang tidak memiliki hunian tidak tetap, remaja dengan keluarga berpenghasilan rendah (anak dari pengupas bawang).

## 2. Tahap Perencanaan Kegiatan



Gambar 1.4. Penandatanganan komitmen bersama dalam pencegahan stunting dari Universitas dan Kelurahan setempat

Tahap perencanaan kegiatan dilakukan dengan beberapa kegiatan antara lain; 1) Koordinasi dengan stakeholder setempat yaitu pihak kelurahan, kecamatan, puskesmas kecamatan, dan kader posyandu di wilayah target. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi awal atas kegiatan yang akan dilakukan di wilayah Kelurahan Tengah; 2) Penandatanganan perjanjian MOU kesepakatan /kolaborasi bersama antara perguruan tinggi dengan pemerintahan setempat. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk membangun kesepakatan bersama dan kolaborasi awal untuk menyelenggarakan kegiatan pencegahan stunting dengan fokus

utama pada remaja rentan antara perguruan tinggi dan pihak pemerintahan setempat. Kesepakatan ini menjadi bagian yang penting untuk membangun komitmen baik dari perguruan tinggi dan pemerintahan setempat untuk terus melakukan kegiatan secara berkesinambungan.

Tujuan utama membangun kesepakatan diawal kegiatan adalah agar terbangun kesadaran bersama dalam pencegahan isu stunting yang sudah merupakan isu nasional. Kesepakatan ini digunakan untuk mengikat dan memastikan keberlanjutan program pencegahan stunting dan akan diintegrasikan pada semua program layanan kesehatan di wilayah setempat; 3) Assessment awal. Asesment awal setelah pra perencanaan digunakan untuk mengidentifikasi kelompok sasaran, lokasi sasaran, menetapkan kegiatan yang sesuai, jadwal yang sesuai, menetapkan *output* dan *outcome* yang hendak dicapai pada kegiatan ini serta memastikan siapa saja pihak yang terlibat; 4) Penyusunan rencana kegiatan. Setelah penetapan assessment yang cukup ketat, maka rencana kegiatan yang akan dilakukan melalui 2 cara utama yaitu pelatihan membangun kapasitas (pengetahuan, keterampilan tentang pencegahan stunting) dan pelatihan pengenalan media/platform media sosial sebagai arena menyampaikan pesan yang efektif dan strategi advokasi. Media sosial yang akan digunakan pada kegiatan ini adalah platform TIKTOK yang digemari oleh remaja.

## 3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 1.5. Pelaksanaan kegiatan pelatihan konten kreator

Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan berfokus pada membangun kapasitas remaja melalui pengetahuan pencegahan stunting dan pembuatan konten pada platform TIKTOK melalui kegiatan pelatihan. Pelatihan ini dilakukan selama 3 hari berturut-turut dengan mengacu pada 10 sesi materi yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan beberapa kegiatan; 1)

Pretest. Pre tes digunakan untuk melihat sejauh mana pengetahuan remaja terhadap stunting. Pretest dilakukan dengan 20 soal pilihan ganda. Hasil pre tes menunjukkan pengetahuan remaja terhadap stunting sekitar 40% dan pengetahuan tentang konten media berkisar antara 50%. ; 2) Pelatihan edukasi pencegahan stunting.

Pemberian materi dilakukan dengan berfokus pada peningkatan pengetahuan stunting pada remaja. Materi ini disajikan melalui berbagai permainan edukatif dan diskusi kelompok sehingga peserta tidak merasa jenuh; 3) Pelatihan pembuatan konten kreator. Pelatihan ini dimulai dengan pengenalkan semua platform media sosial yang sering digunakan oleh peserta. Pada setiap sesinya, peserta diberikan kesempatan untuk mengungkapkan idenya dan berbicara di depan umum. Pada pelatihan ini peserta sangat antusias membuat konten tema stunting yang diminta oleh fasilitator. Berikut adalah silabus materi yang diberikan fasilitator kepada peserta selama 3 hari yaitu:

Materi Pelatihan pencegahan stunting dan konten kreator media sosial TIKTOK	
<b>Tujuan Pembelajaran:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami stunting sebagai masalah kesehatan global.</li> <li>• Mengembangkan keterampilan dalam menggunakan TikTok sebagai media advokasi.</li> <li>• Mampu merancang dan mengimplementasikan kampanye TikTok yang efektif untuk advokasi stunting.</li> </ul>	
Materi Hari Pertama	Materi Hari Kedua
Pretest Sesi 1: Pengenalan Stunting <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi dan penyebab stunting.</li> <li>• Dampak stunting pada pertumbuhan fisik dan perkembangan anak.</li> <li>• Data global dan statistik terkait stunting.</li> </ul>	Sesi 6: Merencanakan Kampanye TikTok <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menentukan tujuan kampanye TikTok.</li> <li>• Merancang rencana konten dan penjadwalan.</li> <li>• Membuat rencana promosi kampanye.</li> </ul>
Sesi 2: Peran Media Sosial dalam Advokasi <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pentingnya media sosial dalam menyebarkan pesan sosial.</li> <li>• Studi kasus kampanye advokasi sukses.</li> <li>• Bagaimana TikTok dapat berperan dalam mengadvokasi stunting.</li> </ul>	Sesi 7: Peluncuran Kampanye <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyiapkan akun TikTok untuk kampanye.</li> <li>• Mengunggah dan membagikan video kampanye.</li> <li>• Memeriksa statistik dan respons awal.</li> </ul>
Sesi 3: Mengembangkan Pesan Advokasi Stunting <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengidentifikasi pesan inti tentang stunting.</li> <li>• Menyusun pesan yang menarik dan mudah dipahami.</li> </ul>	Sesi 8: Menganalisis dan Mengevaluasi Kampanye <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melihat statistik video TikTok kampanye.</li> <li>• Menilai dampak kampanye: keterlibatan, like, komentar, dll.</li> </ul>

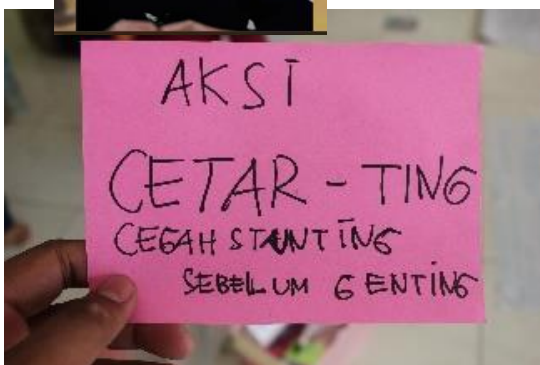
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Latihan pengembangan pesan dengan kelompok.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umpan balik dari audiens dan rencana perbaikan.</li> </ul>
<p>Sesi 4: Membuat Konten TikTok yang Efektif</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengenalan berbagai elemen pembuatan video TikTok: musik, teks, gerakan.</li> <li>• Teknik pengambilan gambar dan penyuntingan.</li> <li>• Latihan membuat video TikTok sederhana</li> </ul>	<p>Sesi 9: Keberlanjutan Kampanye</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merencanakan langkah selanjutnya setelah kampanye awal.</li> <li>• Cara menjaga momentum kampanye.</li> <li>• Menjalin kemitraan untuk mendukung advokasi stunting.</li> </ul>
<p>Sesi 5: Menggunakan Musik dan Efek Suara</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana musik dapat meningkatkan pesan advokasi.</li> <li>• Efek suara dan teks untuk meningkatkan pesan stunting.</li> <li>• Latihan menambahkan musik dan efek ke video TikTok.</li> </ul>	<p>Sesi 10: Tanggung Jawab Sosial dan Etika</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etika dalam penggunaan TikTok untuk advokasi.</li> <li>• Menjaga akun dan informasi pribadi yang aman.</li> <li>• Pentingnya tanggung jawab sosial dalam advokasi stunting</li> </ul>
<p>Materi hari ketiga: Lomba TIKTOK dengan materi pencegahan stunting</p>	



Kegiatan ini menghasilkan beberapa konten dengan materi pencegahan stunting melalui melalui platform TIKTOK. Salah satu hasil konten TIKTOK ini telah diunggah pada youtube, sehingga mungkin banyak khalayak yang akan tereduksi. Laman youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=W8VAvKlaz14>

#### 4. Tahap Evaluasi



Tahap evaluasi merupakan bagian tahap penting atas serangkaian kegiatan yang dilakukan. Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa kegiatan yaitu; 1) Post test. Kegiatan post tes dilakukan untuk melihat penyerapan materi yang telah diberikan oleh fasilitator. Post test menggunakan pertanyaan pre test yang ditelah diberikan pada awal pelatihan. Melalui hasil post test diketahui bahwa adanya kenaikan pengetahuan remaja mengenai pencegahan stunting dari total 40% (pre test) menjadi 80% (post test). Selanjutnya untuk keterampilan pembuatan konten kreator pengenalan media sosial TIKTOK terdapat

Gambar. 1. 6. Hasil diskusi pada FGD kelompok remaja .



peningkatan yang cukup signifikan dari 50% menjadi 90%. Rerata peserta sangat antusias dalam proses pelatihan berlangsung dengan mereka terlibat aktif dari mulai membuat materi, membuat konten dan mereproduksi materi sesuai dengan materi yang telah diajarkan. Seluruh peserta mendapatkan sertifikat untuk menunjukkan keberhasilan mereka dan bukti kepesertaan dalam berproses bersama selama pelatihan berlangsung.

### 5. Tahapan Rencana Tindak Lanjut.



Gambar 1.7 . Tabel rencana tindak lanjut yang dibuat oleh para peserta remaja rentan untuk keberlanjutan program pencegahan stunting.

Rencana tindak lanjut dilakukan untuk memastikan keberlanjutan program pencegahan stunting dapat terintegrasi dengan layanan kesehatan yang dilakukan di wilayah kelurahan. Pada kegiatan ini remaja diminta untuk membuat rencana aksi tindak lanjut paska pelatihan ini untuk dapat disampaikan kepada pihak berwenang untuk mendapatkan dukungan. Upaya ini diharapkan dapat menunjukkan eksistensi diri remaja rentan bahwa mereka dapat berkarya dan terlibat penuh dalam upaya pencegahan stunting. Untuk memberikan apresiasi terkait dengan hasil konten kreatif yang telah dihasilkan oleh

kelompok remaja, maka karya video tersebut telah didaftarkan sebagai Hak Kekayaan Intelektual /HKI pada nomer **EC00202306802, 22 Januari 2023**. Harapan kedepan, pesan-pesan pencegahan stunting dapat dikemas secara menarik dan edukatif sesuai dengan target sasaran melalui media sosial. Selanjutnya seluruh peserta remaja dinobatkan menjadi kader pencegahan stunting mewakili kader remaja di wilayah mereka tinggal dan diharapkan dapat memberikan pengaruh yang baik pada teman sebayanya dan lingkungannya.

### Simpulan dan Rekomendasi

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan menggunakan pendekatan partisipatif pada remaja rentan dengan mengoptimalkan media sosial sebagai penyampai pesan terbukti efektif dalam memperluas sosialisasi pencegahan stunting di kalangan anak muda/remaja. Harapan kedepan, pelatihan pembuatan konten kreatif dapat dilakukan secara massif dengan tema-tema menarik sesuai dengan sasaran kegiatan yang telah ditetapkan. Melalui kegiatan ini, remaja rentan merasa di”*diorangkan*” karena diikutsertakan dalam kegiatan dan diajak berpartisipasi aktif sesuai dengan kemampuan mereka. Selain dapat memperluas edukasi pencegahan stunting melalui platform TIKTOK, kegiatan ini dapat mengubah perilaku negative menjadi positif dan angka stunting dapat menurun.

## Daftar Pustaka

- Bender, G. W. (2022). Penggunaan Tiktok dalam Kampanye Sadar Stunting 2022 untuk menurunkan prevalensi stunting. *JURNAL PUBLIC RELATIONS-JPR*, 3, 13–138.
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media. *Social Media and Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- BPS. (2022). *Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Timur. Kota Jakarta Timur dalam Angka 2022*. <https://jaktimkota.bps.go.id/publication/2022/02/25/41c7914facd84ea32a066c44/kota-jakarta-timur-dalam-angka-2022.html>
- Iftita, R., & Merryana, A. (2013). Hubungan Gaya Hidup Dengan Status Gizi Remaja. *Jurnal Ilmiah Media Gizi Indonesia*, 9(1), 36–41.
- Jakarta, B. P. (2021). *BPS Provinsi DKI Jakarta. Jumlah Bayi Lahir, Bayi Berat Badan Lahir Rendah (BBLR), BBLR Dirujuk, dan Balita Bergizi Kurang Menurut Kabupaten/Kota di Provi-2021*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/30/506/1/jumlah-bayi-lahir-bayi-berat-badan-lahir-rendah-bblr-bblr-dirujuk-dan-balita-bergizi-kurang-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Kemendes RI. (2018). Hasil Riset Kesehatan Dasar Tahun 2018. *Kementrian Kesehatan RI*, 53(9), 1689–1699.
- Marlinawati, D. A., Rahfiludin, M. Z., & Mustofa, S. B. (2023). *Effectiveness of Media-Based Health Education on Stunting Prevention in Adolescents : A Systematic Review*. 4(2), 102–111.
- Millati, N., Kirana, T., Ramadhani, D., & Alveria, M. (2021). *Cegah Stunting Sebelum Genting (Pertama)*.
- O'Donnell, N., Jerin, S. I., & Mu, D. (2023). Using TikTok to Educate, Influence, or Inspire? A Content Analysis of Health-Related EduTok Videos. *Journal of Health Communication*, 28(8), 539–551. <https://doi.org/10.1080/10810730.2023.2234866>
- Putra, M. E., Femelia, W., Gizi, J., Masyarakat, F. K., Andalas, U., Studi, P., Mesin, T., & Andalas, U. D. (2022). Efektifitas Aplikasi Edukasi Gizi Remaja Berbasis Android Untuk Pencegahan Stunting. *Jurnal Endurance*, 6(2), 443–451. <https://doi.org/10.22216/jen.v6i2.357>
- Riznawati, A., & Tris, E. (2023). *Wilayah Prioritas Penanganan Stunting di Jakarta Timur Tahun 2021*. 14(7), 123–128. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.33846/sf14125>
- Tang, D. (2019). The New Situation of Marketing in the Self-Media Era-Taking Tik Tok as an Example. *2nd International Workshop and Advance in Social Scienses (IWASS 2019), December 2018*, 1557–1560. <https://doi.org/10.25236/iwass.2019.281>

- Vinci, A. S., Bachtiar, A., & Parahita, I. G. (2022). Efektivitas Edukasi Mengenai Pencegahan Stunting Kepada Kader: Systematic Literature Review. *Jurnal Endurance*, 7(1), 66–73. <https://doi.org/10.22216/jen.v7i1.822>
- WHO. (2022). *Joint Child Malnutrition Estimates. Levels and trends in child malnutrition. 2021*. <https://www.who.int/data/gho/data/themes/topics/joint-child-malnutrition-estimates-unicef-who-wb>