

ABSTRAK

PENGARUH VARIABEL-VARIABEL KOMUNIKASI TERHADAP SIKAP POSITIF WARGA PESERTA PROGRAM PENCEGAHAN *STUNTING* PADA POSYANDU BANTUAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) *GREAT GIANT FOODS* KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

Oleh

Wian Rahmat Erya

Keterbukaan pemerintah bersama semua *stakeholder* khususnya GGF memberikan peluang dalam implementasi dan kolaborasi terhadap penurunan *stunting* melalui implementasi kegiatan posyandu di beberapa wilayah desa yang masuk dalam kawasan perkebunan GGF. Penelitian ini bertujuan melakukan evaluasi terkait proses komunikasi program pencegahan *stunting* terhadap sikap positif warga peserta di wilayah desa perusahaan melalui indikator variabel-variabel komunikasi yang terdiri dari karakteristik komunikator, gaya komunikasi, media komunikasi dan isi pesan terhadap efek sikap dengan menggunakan konsep Teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R). Penelitian ini menggunakan metode *mix method* dengan hasil kuantitatif yang utama kemudian didukung dengan data yang bersifat kualitatif dalam pembahasan penelitian. Teknik penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner kepada responden warga peserta program, wawancara terhadap *sampel* peserta dan informan perusahaan yang terlibat. Data tersebut kemudian diolah dari hasil kuesioner melalui SPSS dengan model regresi linier berganda dan dijabarkan dalam interpretasi hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel komunikasi berpengaruh langsung terhadap sikap positif warga peserta dan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap sikap positif warga peserta pada program pencegahan *stunting* di wilayah tersebut. Secara total pengaruh langsung dari variabel-variabel komunikasi terhadap sikap warga peserta pada program pencegahan *stunting* diperoleh hasil sebesar 32,4%. Diharapkan dari hasil proses komunikasi yang berjalan dengan baik terhadap program posyandu, memberikan dampak sikap positif warga peserta yang diharapkan mencegah masalah *stunting* di desa sekitar kawasan perusahaan.

Kata Kunci: CSR, Evaluasi Komunikasi, Komunikasi Bisnis, Program *Stunting*

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF COMMUNICATION VARIABLES TOWARDS POSITIVE ATTITUDES OF PROGRAM PARTICIPANTS IN STUNTING PREVENTION PROGRAM AT POSYANDU CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) GREAT GIANT FOODS CENTRAL LAMPUNG DISTRICT****By****Wian Rahmat Erya**

The openness of the government and all stakeholders together with GGF provides opportunities for implementation and collaboration to reduce stunting through the implementation of posyandu activities in several village areas within the GGF plantation area. This research aims to evaluate the stunting prevention communication program process regarding the positive attitudes of participants in the company's village area through indicators of communication variables consisting of communicator characteristics, communication style, communication media and message content on attitude effects using the concept of Stimulus Organism Response Theory. (S-O-R). This research used mix method with the main quantitative results then supported by qualitative data in the research discussion. The research technique used in this research was to use questionnaires for program participant respondents, interviews with a sample of participants and company informants involved. The data was then processed from the questionnaire results via SPSS with multiple regression model and explained in the interpretation of the research results. Based on the data results, it shows that each communication variable has a direct influence on the positive attitudes of participating residents and simultaneously (together) influences the positive attitudes of participating residents in the stunting prevention program in the area. In total, the direct influence of communication variables on the attitudes of participating residents in the stunting prevention program was 32.4%. It is hoped that the communication process that runs well and the positive attitude of the participating residents will prevent stunting problems in villages around the company area.

Key words: Evaluation of Communication, Business Communication, Stunting Program