

Penguatan Manajemen Inovasi Posyandu melalui Komunikasi Persuasif: Peran Kader dalam Meningkatkan Partisipasi Ibu Hamil dan Balita

¹Dwi Sri Agustina, ²Dandi Bahtiar

¹Ilmu Komunikasi, ²Akuntansi-Universitas Putra Indonesia

¹dwisriagustina100@gmail.com, ²dandi.bahtiar@gmail.com

Submit : 16 Jul 2025 | Diterima : 23 Jul 2025 | Terbit : 26 Jul 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi persuasif kader Posyandu dalam mendukung penguatan manajemen inovasi layanan kesehatan berbasis komunitas, khususnya dalam meningkatkan partisipasi ibu hamil dan balita di Desa Sindangasih, Kecamatan Karangtengah, Kabupaten Cianjur. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, FGD, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kader Posyandu menggunakan pendekatan komunikasi persuasif secara strategis melalui berbagai media seperti baliho, *WhatsApp*, serta komunikasi verbal langsung menggunakan bahasa lokal (Sunda). Strategi ini dikembangkan dengan mengadaptasi model *AIDA* (*Attention, Interest, Desire, Action*) untuk menarik perhatian, membangun minat, memunculkan keinginan, dan mendorong tindakan ibu-ibu sasaran. Data partisipasi menunjukkan peningkatan signifikan, dari 18 ibu hamil dan 35 balita pada Januari, menjadi 27 ibu hamil dan 49 balita pada Juni. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi sosial berbasis komunikasi menjadi faktor penting dalam transformasi layanan dasar seperti Posyandu. Temuan ini memperkuat konsep *grassroots innovation*, di mana komunitas secara aktif menciptakan solusi lokal yang efektif. Kesimpulannya, komunikasi persuasif yang dilakukan kader Posyandu bukan hanya alat penyuluhan, tetapi merupakan komponen penting dalam manajemen inovasi pelayanan kesehatan masyarakat. Rekomendasi dari penelitian ini mencakup perlunya pelatihan komunikasi lanjutan bagi kader serta pengembangan sistem informasi digital berbasis komunitas untuk meningkatkan efektivitas program Posyandu.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Kader Posyandu, Manajemen Inovasi, Partisipasi, AIDA.

PENDAHULUAN

Kesehatan ibu hamil dan balita merupakan indikator penting dalam menilai kualitas pembangunan suatu bangsa. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menegaskan bahwa akses terhadap layanan kesehatan dasar bagi kelompok rentan seperti ibu dan anak menjadi landasan pencapaian *Universal Health Coverage* (WHO, 2020). Namun demikian, di banyak negara berkembang termasuk Indonesia, angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) masih menunjukkan tren yang memprihatinkan. Data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2022 mencatat bahwa angka stunting balita nasional masih berada pada 21,6%, sementara AKI mencapai 189 per 100.000 kelahiran hidup (Kemenkes RI, 2023). Kondisi ini menuntut pendekatan yang lebih inovatif dan berbasis komunitas dalam penguatan layanan kesehatan dasar.

Salah satu bentuk upaya nyata yang telah diterapkan secara luas di Indonesia adalah Posyandu (Pos Pelayanan Terpadu), yaitu layanan kesehatan berbasis masyarakat yang bertujuan memberikan pelayanan preventif dan promotif kepada ibu hamil dan balita. Meskipun telah lama dijalankan, efektivitas Posyandu masih sangat bergantung pada partisipasi masyarakat, khususnya peran aktif kader dalam menyosialisasikan manfaat layanan tersebut (Saepuddin et.al.,2018; Lubis et.al, 2025). Dalam hal ini, komunikasi kader menjadi titik krusial yang menentukan tingkat keterlibatan sasaran. Komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi, memengaruhi keyakinan, serta menggerakkan tindakan kesehatan masyarakat.

Komunikasi persuasif menjadi pendekatan strategis yang dapat digunakan oleh kader untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi sasaran terhadap kegiatan Posyandu. Persuasi dalam konteks kesehatan merujuk pada proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi sikap dan perilaku individu atau kelompok untuk melakukan tindakan promotif atau preventif (Kreps & Thornton, 1992). Dalam studi lain, penggunaan komunikasi persuasif terbukti efektif dalam intervensi berbasis komunitas, khususnya dalam konteks kesehatan ibu dan anak (Effendy, 2015; Webb Hooper et.al., 2019).

Namun demikian, tantangan yang dihadapi dalam implementasi Posyandu di berbagai daerah mencakup kurangnya inovasi dalam penyampaian informasi, rendahnya daya tarik kegiatan bagi ibu muda, serta masih melekatnya stigma bahwa Posyandu adalah layanan “kelas bawah” (Islamiati et al., 2025). Hal ini mengindikasikan perlunya pendekatan *manajemen inovasi* dalam pengelolaan Posyandu, yang tidak hanya melibatkan teknologi, tetapi juga inovasi sosial dan komunikasi yang kontekstual. *Grassroots innovation* atau inovasi dari masyarakat akar rumput menjadi penting untuk mendesain ulang strategi pemberdayaan kader dalam mengelola informasi dan mendorong partisipasi aktif sasaran (Gupta, 2013).



Gambar 1. Tren Penurunan AKI dan Stunting di Indonesia 2015-2022

Grafik ini memperlihatkan bahwa baik Angka Kematian Ibu (AKI) maupun angka stunting balita di Indonesia menunjukkan tren menurun, terutama setelah 2020. Hal ini menunjukkan pentingnya penguatan inovasi layanan komunitas seperti Posyandu untuk mempertahankan tren positif tersebut.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi persuasif kader Posyandu dapat menjadi instrumen dalam penguatan manajemen inovasi layanan kesehatan berbasis komunitas. Studi dilakukan di Desa Sindangasih, Kecamatan Karangtengah, Kabupaten Cianjur, yang memiliki sejarah panjang dalam penyelenggaraan Posyandu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritik maupun praktis dalam merancang strategi penguatan Posyandu yang berkelanjutan melalui kombinasi pendekatan manajemen inovasi dan komunikasi persuasif berbasis nilai-nilai lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Komunikasi Persuasif dalam Kesehatan Masyarakat

Komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan mengubah sikap, perilaku, atau pendapat seseorang melalui pendekatan psikologis dan strategis. Dalam konteks kesehatan masyarakat, komunikasi persuasif menjadi pendekatan yang krusial untuk mendorong masyarakat agar mengadopsi perilaku sehat secara sukarela (Kreps & Thornton, 1992).

Dalam layanan kesehatan komunitas seperti Posyandu, kader sebagai komunikator harus memiliki kemampuan dalam membangun kredibilitas, empati, dan argumentasi logis agar pesan

yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi kader dipengaruhi oleh faktor seperti pemilihan media, penggunaan bahasa lokal, serta kemampuan membangun hubungan interpersonal yang setara (Saepuddin et.al.,2018; Lubis et.al, 2025). Komunikasi persuasif juga efektif dalam menjembatani mitos dan miskonsepsi seputar layanan kesehatan, terutama di daerah pedesaan (Effendy, 2015).

Manajemen Inovasi Sosial dalam Layanan Berbasis Komunitas

Manajemen inovasi tidak hanya terkait pada pengembangan teknologi, melainkan juga pada proses inovasi sosial—yaitu perbaikan sistem, pola pikir, atau metode pelayanan publik berbasis partisipasi masyarakat (Mulgan et al., 2007; Ramdhani et.al., 2024). Posyandu sebagai institusi layanan akar rumput merupakan bentuk dari grassroots innovation, yakni inovasi yang tumbuh dari kebutuhan lokal, dikelola oleh komunitas, dan berdampak langsung pada kesejahteraan sosial (Gupta, 2013).

Dalam praktiknya, inovasi dalam Posyandu dapat berupa diversifikasi media komunikasi (penggunaan *WhatsApp*, baliho visual), penguatan pelatihan kader, serta integrasi layanan dengan program kesehatan nasional. Penelitian oleh Islamiati et al. (2025) menunjukkan bahwa kader Posyandu yang mengadopsi pendekatan inovatif lebih berhasil dalam meningkatkan partisipasi ibu hamil dan balita dalam kegiatan bulanan.

Peran Kader sebagai Agen Perubahan

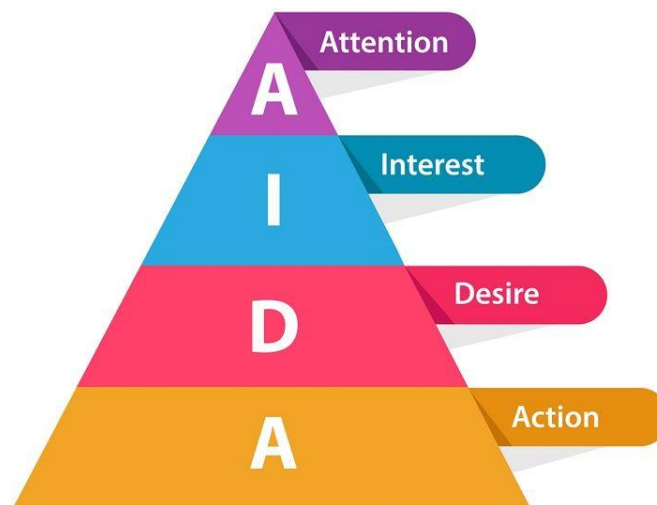
Kader Posyandu tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana teknis pelayanan kesehatan, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial (*change agent*) di komunitasnya. Peran ini menuntut kompetensi komunikasi, empati, serta adaptasi terhadap dinamika sosial-budaya masyarakat setempat (Budiastuti et.al., 2024). Studi oleh Ripan dkk. (2021) menyatakan bahwa kader yang memiliki pemahaman terhadap konsep promosi kesehatan dan mampu menyampaikannya secara persuasif cenderung lebih berhasil dalam meningkatkan cakupan layanan dasar kesehatan.

Komunikasi persuasif oleh kader menjadi mekanisme penting dalam mengatasi hambatan partisipasi, seperti rasa malu, mitos kesehatan, atau preferensi ke layanan kesehatan modern berbayar. Oleh karena itu, keberhasilan inovasi layanan Posyandu sangat ditentukan oleh kapasitas kader dalam membangun interaksi dan menciptakan pengalaman bermakna bagi sasaran.

Model AIDA dan Strategi Komunikasi Kesehatan

Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) sering digunakan dalam komunikasi pemasaran, namun telah diadopsi dalam konteks promosi kesehatan karena kemampuannya menjelaskan tahapan psikologis dalam pengambilan keputusan individu. Dalam konteks Posyandu, AIDA membantu kader menyusun strategi komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga menggugah minat dan mendorong tindakan nyata, seperti datang ke Posyandu dan menerima imunisasi (Kotler & Keller, 2016; Afiffah et.al, 2020).

Setiap tahapan AIDA dapat diterjemahkan ke dalam strategi komunikasi lokal, misalnya penggunaan pengumuman pengeras suara untuk menarik perhatian (*Attention*), baliho untuk menumbuhkan minat (*Interest*), promosi PMT (Pemberian Makanan Tambahan) untuk membangkitkan keinginan (*Desire*), dan penguatan peran sosial kader untuk mendorong tindakan (*Action*).



Gambar 2. AIDA

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan desain **studi kasus**. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam praktik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kader Posyandu serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap penguatan manajemen inovasi pelayanan kesehatan berbasis komunitas di Desa Sindangasih, Kecamatan Karangtengah, Kabupaten Cianjur.

Studi kasus dipilih karena peneliti ingin memahami fenomena secara kontekstual, konkret, dan terikat pada lokasi tertentu, sehingga memungkinkan eksplorasi makna sosial, budaya, serta dinamika interaksi antara kader dan masyarakat sasaran (Yin, 2018). Pendekatan ini sangat sesuai dengan penelitian komunikasi yang bertujuan memahami makna dan tindakan sosial (Neuman, 2014).

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Posyandu Mujaer, salah satu Posyandu di Desa Sindangasih yang dipilih secara purposif karena telah menunjukkan prestasi dan tingkat partisipasi masyarakat yang baik. Subjek penelitian terdiri dari:

1. 5 kader Posyandu Mujaer
2. 2 bidan desa
3. 1 ibu hamil
4. 1 ibu balita
5. 1 penggiat sosial desa (PPL)

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik **purposive sampling** (Teguh et.al., 2021; Nurlaela et.al., 2022) dengan kriteria utama yaitu keterlibatan langsung dalam aktivitas Posyandu dan pengalaman dalam berinteraksi dengan sasaran.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. **Observasi partisipatif**: peneliti terlibat langsung dalam kegiatan Posyandu dan mencatat praktik komunikasi kader secara natural.
2. **Wawancara mendalam (in-depth interview)**: dilakukan secara semi-terstruktur terhadap informan kunci untuk menggali pengalaman, strategi komunikasi, serta persepsi terhadap inovasi pelayanan Posyandu.

3. **Diskusi Kelompok Terarah (Focus Group Discussion / FGD):** melibatkan para kader untuk mendiskusikan tantangan dan strategi komunikasi yang digunakan.
4. **Studi dokumentasi:** mencakup baliho, banner, catatan kehadiran, dokumentasi kegiatan, serta percakapan grup *WhatsApp* Posyandu.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model **Miles, Huberman, dan Saldana** (2014), yang terdiri atas tiga tahapan:

1. **Reduksi data:** penyaringan informasi berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian.
2. **Penyajian data:** pengelompokan data ke dalam tema-tema seperti strategi AIDA, penggunaan media, dan respon ibu hamil/balita.
3. **Penarikan kesimpulan dan verifikasi:** dilakukan secara induktif untuk menghasilkan temuan teoritis maupun praktis.

Untuk menjaga validitas, digunakan teknik **triangulasi sumber dan metode**, serta konfirmasi hasil kepada informan (member check).

Etika Penelitian

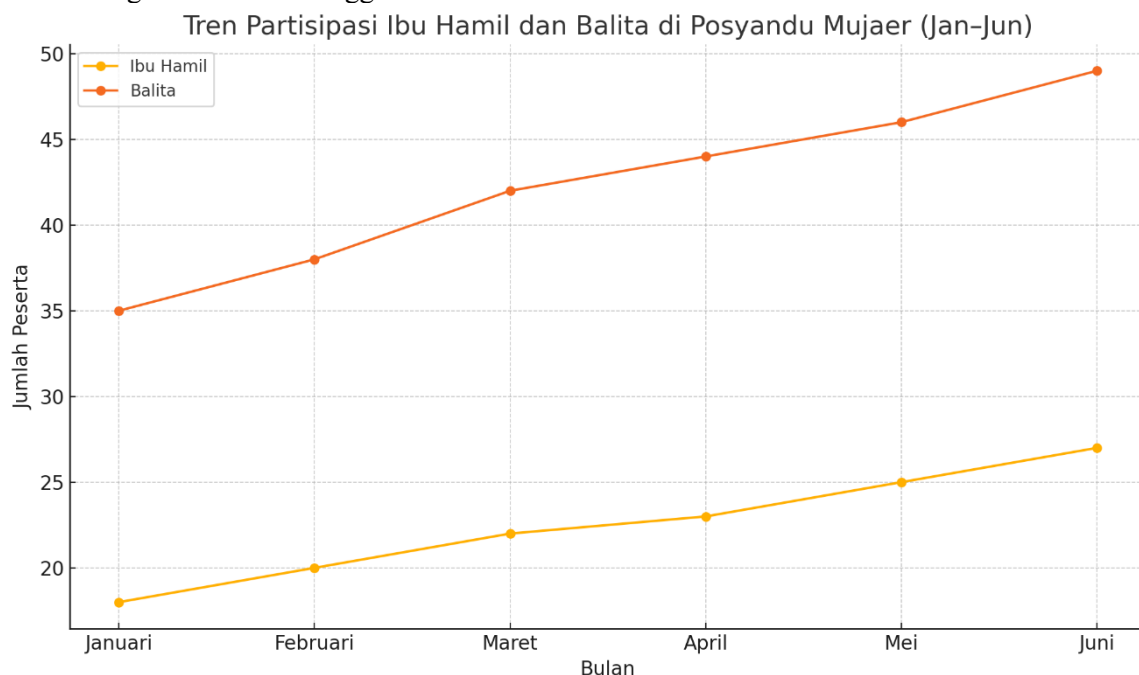
Penelitian ini menjunjung tinggi etika penelitian sosial. Seluruh partisipan telah diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan memberikan persetujuan tertulis untuk berpartisipasi. Data dikumpulkan dan disimpan dengan prinsip kerahasiaan serta digunakan hanya untuk kepentingan akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Partisipasi Ibu Hamil dan Balita

Hasil observasi kegiatan Posyandu Mujaer selama periode Januari–Juni menunjukkan adanya **peningkatan tren partisipasi** dari kalangan ibu hamil dan ibu balita. Berdasarkan data kehadiran, terjadi kenaikan jumlah peserta ibu hamil dari 18 orang pada Januari menjadi 27 orang pada Juni. Begitu pula partisipasi balita meningkat dari 35 ke 49 anak.

Tabel dan grafik berikut menggambarkan tren tersebut:



Gambar 3. Trens Partisipasi Ibu Hamil dan Balita di Posyandu Mujaer
Sumber : Data Penelitian

Grafik garis ini menggambarkan tren pertumbuhan partisipasi selama periode enam bulan. Terdapat dua garis data:

- Garis berwarna oranye (Ibu Hamil): menunjukkan pertumbuhan linear dari 18 menjadi 27 orang.
- Garis berwarna merah (Balita): menunjukkan kenaikan dari 35 ke 49 anak, yang juga bersifat progresif.

Kedua garis menggambarkan pola pertumbuhan yang konsisten, mencerminkan efektivitas strategi kader dalam meningkatkan kesadaran dan kehadiran sasaran program Posyandu. Grafik ini secara visual memperkuat klaim bahwa keterlibatan kader, disertai pendekatan inovatif dalam manajemen komunikasi, memiliki dampak signifikan terhadap partisipasi masyarakat.

Tabel 1. Kunjungan Ibu Hamil dan Balita

Bulan	Jumlah Ibu Hamil	Jumlah Balita
Januari	18	35
Februari	20	38
Maret	22	42
April	23	44
Mei	25	46
Juni	27	49

Sumber : data penelitian

Tabel 1 menampilkan jumlah kehadiran ibu hamil dan balita yang tercatat mengikuti kegiatan Posyandu Mujaer selama enam bulan berturut-turut (Januari hingga Juni). Data menunjukkan bahwa:

- Jumlah ibu hamil yang hadir mengalami peningkatan stabil, dari 18 orang pada bulan Januari menjadi 27 orang pada bulan Juni. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan kepercayaan terhadap layanan Posyandu.
- Jumlah balita yang dibawa ke Posyandu juga menunjukkan tren serupa, dari 35 anak pada Januari hingga mencapai 49 anak pada Juni. Kenaikan ini mengindikasikan meningkatnya partisipasi orang tua dalam memantau tumbuh kembang anak secara berkala.

Tabel ini menegaskan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh kader (pengumuman, *WhatsApp*, pendekatan interpersonal, dan PMT/Pemberian Makanan Tambahan) efektif dalam meningkatkan partisipasi bulanan secara konsisten.

Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan kegiatan promotif Posyandu, tetapi juga mengindikasikan keberhasilan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kader dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan masyarakat.

Strategi Komunikasi Persuasif oleh Kader

Melalui hasil wawancara, ditemukan bahwa kader Posyandu menggunakan berbagai pendekatan komunikasi untuk memengaruhi perilaku sasaran:

- Verbal langsung** (bahasa Sunda sebagai media utama)
- Media visual** seperti **baliho**, **poster PMT (Pemberian Makanan Tambahan)**, dan **stiker P4K**
- Media digital** melalui **WhatsApp Group**
- Pengumuman via pengeras suara masjid pada hari H**

Strategi ini sesuai dengan konsep **AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)** yang digunakan sebagai kerangka komunikasi persuasif (Kotler & Keller, 2016). Tahapan AIDA terbukti

efektif membangun minat dan mengubah perilaku ibu-ibu yang sebelumnya pasif menjadi aktif mengikuti kegiatan.

Penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa penggunaan komunikasi interpersonal dengan pendekatan budaya lokal meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan komunitas dalam layanan Kesehatan (Webb Hooper et.al., 2019).

Inovasi dalam Manajemen Posyandu

Dari sudut pandang manajemen inovasi, penggunaan **media sosial sebagai alat komunikasi kader** merupakan bentuk inovasi sosial yang muncul dari tingkat komunitas (*grassroots innovation*) sebagaimana dikemukakan oleh Gupta (2013). Kader secara mandiri mengelola informasi dan membangun interaksi di luar jam layanan, yang tidak hanya meningkatkan akses informasi, tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan terhadap kegiatan Posyandu.

Selain itu, pengorganisasian Posyandu dengan sistem “5 meja” menunjukkan bahwa manajemen operasional Posyandu telah berjalan sistematis dan efisien. Bahkan Posyandu Mujaer termasuk dalam **kategori Posyandu Purnama**, yaitu pos dengan kinerja yang tinggi berdasarkan indikator frekuensi, cakupan layanan, dan jumlah kader aktif (Kemenkes RI, 2022).

Tantangan dan Respon Kader

Kendala yang dihadapi kader mencakup:

- Kurangnya partisipasi dari ibu yang bekerja**
- Stigma sosial bahwa Posyandu hanya untuk kalangan bawah**
- Mitos kesehatan** seperti kekhawatiran imunisasi menyebabkan demam

Namun, kader mampu mengatasi tantangan ini melalui:

- Dialog langsung menggunakan pendekatan persuasif dan empatik
- Penampilan profesional (seragam kader)
- Menyediakan PMT (Pemberian Makanan Tambahan) sebagai *value-added* layanan
- Penguatan narasi manfaat jangka panjang melalui *WoM (Word of Mouth)*

Hal ini sejalan dengan temuan dari Budiastuti et.al. (2024) bahwa pemberdayaan kader sebagai agen perubahan sosial berpengaruh besar terhadap keberhasilan kampanye promosi kesehatan berbasis komunitas.

Implikasi Akademik dan Praktis

Penelitian ini membuktikan bahwa **komunikasi persuasif yang terencana dan manajemen inovasi komunitas** dapat bersinergi dalam meningkatkan efektivitas layanan dasar seperti Posyandu. Temuan ini memperkuat bahwa strategi komunikasi bukan hanya pendukung teknis, tetapi komponen inti dari keberhasilan transformasi layanan publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif merupakan instrumen strategis dalam penguatan manajemen inovasi Posyandu, khususnya dalam meningkatkan partisipasi ibu hamil dan balita pada layanan kesehatan dasar di Desa Sindangasih. Komunikasi yang dilakukan oleh kader Posyandu tidak hanya bersifat *informatif*, tetapi juga *transformatif*, yakni mendorong perubahan sikap dan perilaku sasaran melalui pendekatan *interpersonal*, bahasa lokal (Sunda), dan pemanfaatan media sederhana seperti baliho maupun platform digital seperti *WhatsApp*. Model komunikasi persuasif yang digunakan sejalan dengan pendekatan *AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*, di mana setiap tahap bertujuan membangun keterlibatan ibu sasaran terhadap kegiatan Posyandu. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan intervensi kesehatan berbasis masyarakat sangat bergantung pada kualitas interaksi dan relasi sosial antara komunikator (kader) dan komunikan (ibu hamil dan ibu balita), sebagaimana dikemukakan dalam teori *Coordinated Management of Meaning (CMM) (Pearce & Cronen, 1980)*. Dari perspektif manajemen inovasi, praktik kader Posyandu yang mengintegrasikan media lokal, teknologi digital, dan pendekatan berbasis komunitas mencerminkan bentuk *grassroots innovation*, yakni inovasi sosial yang tumbuh dari kebutuhan riil masyarakat dan dikelola secara partisipatif (Gupta, 2013). Inovasi tidak semata

hadir dalam bentuk teknologi mutakhir, tetapi juga dalam strategi komunikasi dan organisasi layanan yang mampu menyesuaikan diri dengan konteks sosial-budaya. Dengan demikian, keberhasilan peningkatan partisipasi sasaran Posyandu bukan semata-mata ditentukan oleh ketersediaan fasilitas atau logistik, tetapi juga oleh bagaimana kader sebagai agen perubahan mampu membangun kepercayaan, mengelola persepsi, dan memfasilitasi keputusan kesehatan secara persuasif. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa dalam penguatan manajemen layanan publik berbasis komunitas, pendekatan komunikasi persuasif harus dikaji dan diterapkan sebagai bagian dari inovasi sosial dan strategi *technopreneurship* dalam sektor kesehatan.

REFERENSI

- Afiffah, S. R., Fortuna, O. D., Kusumah, T. M., & Fauzi, A. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala, Rawalumbu, Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 623-630.
- Ahmadin, A., Pinem, D., Bahtiar, D., Hanika, I. M., Sofyan, H., & Jejen, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi ESG (Environmental, Social, And Governance). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 9956-9970.
- Budiastuti, R. F., Sabila, A., Yuwanda, A., Zhafira, B., Indriani, M., Imanda, R. C., & Hermawati, S. P. (2024). Pemberdayaan Kader Posyandu dalam Upaya Peningkatan Status Gizi Balita untuk Pencegahan Stunting dengan Memanfaatkan Nutrasetikal Daun Kelor (*Moringa oleifera*). *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(2), 706-721.
- Bahtiar, D., & Rianti, G. (2021). Analisis Faktor-Faktor Pelatihan Tentang Kewirausahaan Kepada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 2(1), 1-6.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-inquiry-and-research-design/book235677>
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gupta, A. K. (2013). *Grassroots Innovation: Minds on the Margin Are Not Marginal Minds*. Indian Institute of Management. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162512000559>)
- Lubis, I., Rahayu, S., Syafira, L. T., Friska, M., Sinaga, M., Khailila, R., ... & Karera, A. I. (2025). Peran Kader Posyandu dalam Meningkatkan Partisipasi Ibu Balita. *JPKM: Jurnal Profesi Kesehatan Masyarakat*, 6(1), 43-48.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kemendes RI. (2023). Hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2022. https://ayosehat.kemkes.go.id/pub/files/files46531_MATERI_KABKPK_SOS_SSGI.pdf
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). Petunjuk Teknis Pengelolaan Posyandu. <https://posyandu.kemkes.go.id>
- Kreps, G. L., & Thornton, B. C. (1992). *Health Communication: Theory and Practice*. Longman.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). *Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated*. Oxford Said Business School. <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Social-Innovation.pdf>
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson Education.
- Nurlaela, R., & Bahtiar, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Menabung: Studi pada UMKM di Desa

- Sukamanah, Kec. Cugenang, Kab. Cianjur. Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management, 5(3), 594-611.
- Islamiati, D., & Kurniasih, S. (2025). The role of Posyandu in the Prevention of Early Childhood Stunting. *JURNAL PENA PAUD*, 6(1), 14–26. <https://doi.org/10.33369/jpp.v6i1.41706>
- Pearce, W. B., & Cronen, V. E. (1980). *Communication, Action, and Meaning: The Creation of Social Realities*. Praeger.
- Ramdhani, D. A., Mauldini, S., Bahtiar, D., & Agustina, A. (2024). THE EFFECT OF INSTAGRAM ACCOUNT MOTIVATIONAL POSTS@ RINTIKSEDU ON THE QUALITY OF LIFE OF HIS FOLLOWERS. *JURNAL SIGNAL*, 12(2), 181-190.
- Resmana, M., Bahtiar, D., Nurapipah, D. M., & Nurhalimah, S. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Perumahan Kawasan Dan Pertahanan Kabupaten Cianjur. *MANAJEMEN*, 1(1), 116-124.
- Ripan, R. A. T., Dunggio, T., & Hadi, N. S. (2021). The role of posyandu cadres in efforts to improve the nutritional status of toddlers in Suka Makmur Village, Patilanggio District. *Journal of Health, Technology and Science (JHTS)*, 2(2), 37-43.
- Suryati, E., Bahtiar, D., & Rohimah, D. L. (2024). Pengaruh Kredibilitas Influencer Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Hanasui. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 1963-1970.
- Saepuddin, E., Rizal, E., & Rusmana, A. (2018). Posyandu roles as mothers and child health information center. *Record and Library Journal*, 3(2), 201.
- Teguh, D. F., & Bahtiar, D. (2021). The Effect Of Accountability Of Rural Fund Management And Internal Control To Prevent Corruption In Villages Of Bojongpicung District-Cianjur. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 12(2), 129-139.
- World Health Organization. (2020). Operational framework for primary health care: transforming vision into action. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/337641/9789240017832-eng.pdf>
- Webb Hooper, M., Mitchell, C., Marshall, V. J., Cheatham, C., Austin, K., Sanders, K., ... & Grafton, L. L. (2019). Understanding multilevel factors related to urban community trust in healthcare and research. *International journal of environmental research and public health*, 16(18), 3280.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.