

Analisis Komunikasi Impersonal Pemerintah dalam Membangun Dukungan Publik Terhadap Program Makanan Bergizi Gratis

Idewi Usman¹, Andi Abee Zoelthan Katili²

¹Universitas Terbuka, ²MTs Negeri 1 Kota Gorontalo

idewiabee@gmail.com¹, abee291210@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi impersonal pemerintah dalam membangun dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis. Program tersebut merupakan salah satu kebijakan strategis pemerintah yang bertujuan meningkatkan kualitas gizi masyarakat serta mendukung pembangunan sumber daya manusia yang sehat dan produktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami bagaimana pemerintah menyampaikan informasi kebijakan melalui berbagai saluran komunikasi impersonal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi terhadap berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan komunikasi publik pemerintah mengenai program tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah memanfaatkan berbagai media komunikasi impersonal, seperti media massa, media digital, dan situs web resmi pemerintah dalam menyosialisasikan Program Makan Bergizi Gratis kepada masyarakat. Strategi komunikasi yang digunakan menekankan pada penyampaian informasi mengenai manfaat program bagi kesehatan masyarakat serta pembangunan sumber daya manusia. Komunikasi tersebut terbukti mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai program serta membangun persepsi positif terhadap kebijakan pemerintah. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa efektivitas komunikasi impersonal masih perlu ditingkatkan agar informasi mengenai program dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara lebih merata. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengembangkan strategi komunikasi publik yang lebih komprehensif guna memperkuat dukungan masyarakat terhadap program-program kebijakan yang dilaksanakan.

Kata kunci: **Komunikasi Impersonal, Komunikasi Publik Pemerintah, Dukungan Publik, Kebijakan Publik, Makan Bergizi Gratis**

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of government impersonal communication in building public support for the Free Nutritious Meal Program. This program is one of the government's strategic policies aimed at improving community nutritional quality and

supporting the development of healthy and productive human resources. The research employs a qualitative approach with a descriptive method to understand how the government communicates policy information through various impersonal communication channels. Data were collected through interviews, observations, and documentation studies related to government public communication about the program. The findings indicate that the government utilizes various impersonal communication media, including mass media, digital media, and official government websites, to disseminate information about the Free Nutritious Meal Program to the public. The communication strategy emphasizes delivering messages about the benefits of the program for public health and human resource development. Such communication efforts have contributed to increasing public awareness and fostering positive perceptions toward the government policy. However, the study also reveals that the effectiveness of impersonal communication still needs improvement to ensure that information about the program reaches all segments of society more evenly. Therefore, the government needs to develop more comprehensive public communication strategies to strengthen public support for policy implementation.

Keywords: *Impersonal Communication, Government Public Communication, Public Support, Public Policy, Free Nutritious Meal Program.*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan unsur fundamental dalam kehidupan sosial manusia, termasuk dalam proses penyelenggaraan pemerintahan dan implementasi kebijakan publik. Dalam konteks pemerintahan modern, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk membangun pemahaman, legitimasi, serta dukungan masyarakat terhadap berbagai program kebijakan yang dikeluarkan oleh negara. Tanpa komunikasi yang efektif, kebijakan publik yang dirancang dengan baik sekalipun berpotensi mengalami resistensi atau bahkan kegagalan dalam implementasinya. Oleh karena itu, komunikasi pemerintah menjadi elemen penting dalam memastikan bahwa masyarakat memahami tujuan, manfaat, dan mekanisme pelaksanaan suatu program kebijakan (Mergel, 2019).

Dalam studi ilmu komunikasi, hubungan antara komunikasi dan kebijakan publik semakin mendapat perhatian seiring dengan meningkatnya kompleksitas tata kelola pemerintahan modern. Pemerintah tidak lagi hanya berperan sebagai pembuat kebijakan, tetapi juga sebagai komunikator yang harus mampu menyampaikan pesan kebijakan kepada masyarakat secara efektif dan persuasif. Komunikasi publik yang baik dapat meningkatkan transparansi, memperkuat

kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, serta mendorong partisipasi publik dalam proses pembangunan (Lovari & Bowen, 2020).

Salah satu bentuk komunikasi yang banyak digunakan dalam penyebaran informasi kebijakan adalah komunikasi impersonal. Komunikasi impersonal merupakan proses penyampaian pesan yang tidak melibatkan hubungan pribadi secara langsung antara komunikator dan komunikan, melainkan melalui media atau saluran komunikasi massa seperti televisi, radio, surat kabar, situs web, maupun media sosial. Dalam praktiknya, komunikasi impersonal memungkinkan pemerintah menjangkau khalayak yang luas secara simultan dan efisien, sehingga sangat relevan digunakan dalam sosialisasi program-program nasional yang menyasar masyarakat dalam jumlah besar (Flew, 2021).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan besar dalam pola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Dalam era digital, komunikasi pemerintah tidak lagi bersifat satu arah seperti pada masa dominasi media konvensional, melainkan berkembang menjadi komunikasi yang lebih dinamis melalui berbagai platform digital. Media sosial, portal berita daring, serta situs resmi lembaga pemerintah menjadi sarana penting dalam membangun narasi kebijakan sekaligus membentuk persepsi publik terhadap program pemerintah (Newman et al., 2023). Melalui media tersebut, pemerintah dapat menyampaikan informasi kebijakan secara cepat, luas, dan berkelanjutan kepada masyarakat.

Dalam konteks ini, komunikasi impersonal tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan opini publik. Media memiliki kemampuan untuk memengaruhi isu-isu apa yang dianggap penting oleh masyarakat melalui proses yang dikenal sebagai agenda setting. Ketika suatu isu secara konsisten diberitakan atau dikomunikasikan melalui media, maka isu tersebut cenderung menjadi perhatian utama publik (McCombs, 2020). Oleh karena itu, strategi komunikasi pemerintah melalui media massa dan media digital memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu kebijakan publik.

Salah satu kebijakan pemerintah yang saat ini menjadi perhatian publik adalah Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Program ini merupakan kebijakan strategis yang bertujuan meningkatkan kualitas gizi masyarakat, khususnya bagi anak-anak sekolah dan kelompok rentan. Program tersebut dilatarbelakangi oleh masih tingginya angka permasalahan gizi di Indonesia, seperti stunting dan

kekurangan gizi pada anak. Pemerintah memandang bahwa peningkatan kualitas gizi masyarakat merupakan langkah penting dalam membangun sumber daya manusia yang sehat, produktif, dan berdaya saing (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2022).

Program Makan Bergizi Gratis dirancang sebagai intervensi negara yang secara langsung menyentuh kebutuhan dasar masyarakat. Selain bertujuan meningkatkan status gizi anak-anak, program ini juga diharapkan dapat memberikan dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas, seperti meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung pemberdayaan pelaku usaha lokal dalam penyediaan bahan pangan (Bappenas, 2023). Dengan demikian, program ini tidak hanya memiliki dimensi kesehatan masyarakat, tetapi juga dimensi sosial dan ekonomi yang lebih luas.

Implementasi kebijakan publik yang berskala nasional tentu memerlukan strategi komunikasi yang efektif agar dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat. Program yang memiliki manfaat besar sekalipun dapat menghadapi berbagai tantangan apabila masyarakat tidak memperoleh informasi yang memadai mengenai tujuan dan mekanisme pelaksanaannya. Oleh karena itu, komunikasi publik menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan (Graber & Dunaway, 2018).

Dalam konteks Program Makan Bergizi Gratis, komunikasi impersonal pemerintah memainkan peran penting dalam proses sosialisasi kebijakan kepada masyarakat. Melalui berbagai saluran komunikasi seperti media massa, media daring, serta platform media sosial resmi pemerintah, informasi mengenai program tersebut dapat disampaikan kepada masyarakat secara luas. Penyebaran informasi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai program tersebut, tetapi juga untuk membangun persepsi positif serta dukungan publik terhadap kebijakan pemerintah.

Dukungan publik merupakan salah satu indikator penting dalam keberhasilan implementasi kebijakan publik. Dalam perspektif komunikasi politik, dukungan publik dapat terbentuk melalui proses komunikasi yang mampu membangun pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah (Strömbäck & Kioussis, 2019). Ketika masyarakat memahami manfaat suatu program dan percaya bahwa kebijakan tersebut dirancang untuk kepentingan publik, maka tingkat dukungan terhadap kebijakan tersebut cenderung meningkat.

Namun demikian, dalam praktiknya dukungan publik tidak selalu terbentuk secara otomatis. Persepsi masyarakat terhadap suatu kebijakan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat literasi informasi, pengalaman masyarakat terhadap program pemerintah, serta informasi yang diperoleh melalui media. Dalam era digital, penyebaran informasi juga tidak terlepas dari potensi munculnya misinformasi dan disinformasi yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap suatu kebijakan (Wardle & Derakhshan, 2017).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana pesan kebijakan dipahami, ditafsirkan, dan diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengelola komunikasi publik secara strategis agar pesan kebijakan dapat disampaikan secara jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Dalam konteks Program Makan Bergizi Gratis, komunikasi impersonal pemerintah menjadi sangat penting karena program ini menysasar kelompok masyarakat yang sangat luas dan beragam. Penyampaian informasi mengenai tujuan program, mekanisme pelaksanaan, serta manfaat kesehatan yang diharapkan perlu dilakukan secara sistematis melalui berbagai saluran komunikasi publik. Melalui komunikasi yang efektif, masyarakat diharapkan tidak hanya mengetahui keberadaan program tersebut, tetapi juga memahami manfaatnya serta memberikan dukungan terhadap pelaksanaannya.

Selain itu, komunikasi impersonal juga berperan dalam membangun citra pemerintah sebagai institusi yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Ketika pemerintah mampu mengomunikasikan kebijakan secara transparan dan konsisten, kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah cenderung meningkat. Sebaliknya, komunikasi yang tidak efektif dapat menimbulkan kesalahpahaman dan bahkan menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap kebijakan pemerintah (Waisbord, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi impersonal pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis. Analisis terhadap proses komunikasi tersebut menjadi penting untuk memahami bagaimana pemerintah menyampaikan informasi kebijakan kepada masyarakat, bagaimana pesan kebijakan tersebut diterima oleh publik, serta sejauh mana komunikasi tersebut mampu membangun dukungan masyarakat terhadap program pemerintah.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis komunikasi impersonal pemerintah dalam membangun dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi pemerintah dalam menyosialisasikan kebijakan publik serta kontribusinya dalam membangun legitimasi dan dukungan masyarakat terhadap program pembangunan nasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Impersonal

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mempengaruhi pemahaman, sikap, maupun perilaku penerima pesan. Dalam kajian ilmu komunikasi, komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk, salah satunya adalah komunikasi impersonal. Komunikasi impersonal merujuk pada proses komunikasi yang terjadi tanpa adanya hubungan pribadi secara langsung antara komunikator dan komunikan. Proses komunikasi ini biasanya berlangsung melalui media atau saluran komunikasi massa seperti televisi, radio, surat kabar, maupun media digital (Flew, 2021).

Dalam komunikasi impersonal, pesan disampaikan kepada khalayak yang luas dan heterogen sehingga komunikasi bersifat satu arah dan tidak melibatkan interaksi langsung antara pengirim dan penerima pesan. Meskipun demikian, komunikasi impersonal memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens dalam jumlah besar secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, komunikasi jenis ini banyak digunakan dalam penyebaran informasi publik, kampanye sosial, maupun sosialisasi kebijakan pemerintah (Graber & Dunaway, 2018).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, komunikasi impersonal mengalami transformasi yang signifikan. Media digital seperti internet dan media sosial memungkinkan pesan komunikasi disampaikan dengan lebih cepat dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Selain itu, platform digital juga memberikan peluang bagi pemerintah untuk menyampaikan informasi secara lebih interaktif meskipun komunikasi tersebut tetap bersifat impersonal (Jungherr, 2021).

Dalam konteks pemerintahan, komunikasi impersonal memiliki peran penting dalam proses penyampaian informasi kebijakan kepada masyarakat. Pemerintah menggunakan berbagai media komunikasi untuk menginformasikan program-program pembangunan serta kebijakan publik yang berkaitan dengan

kepentingan masyarakat. Melalui komunikasi impersonal, pemerintah dapat memastikan bahwa informasi mengenai kebijakan publik dapat diakses oleh masyarakat secara luas (Lovari & Bowen, 2020).

Dengan demikian, komunikasi impersonal dapat dipahami sebagai salah satu instrumen penting dalam komunikasi publik pemerintah, terutama dalam menyampaikan pesan kebijakan kepada masyarakat dalam skala besar.

Komunikasi Publik Pemerintah

Komunikasi publik pemerintah merupakan proses penyampaian informasi, pesan, maupun kebijakan dari pemerintah kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, transparansi, serta partisipasi publik dalam penyelenggaraan pemerintahan. Dalam praktiknya, komunikasi publik menjadi bagian integral dari tata kelola pemerintahan modern yang menekankan pentingnya keterbukaan informasi dan akuntabilitas (Waisbord, 2020).

Pemerintah sebagai lembaga publik memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa masyarakat memperoleh informasi yang akurat dan jelas mengenai berbagai kebijakan yang diambil. Komunikasi publik yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah serta memperkuat legitimasi kebijakan yang diambil (Strömbäck & Kioussis, 2019).

Dalam era digital, komunikasi publik pemerintah semakin berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial, situs web resmi pemerintah, serta platform digital lainnya menjadi sarana penting dalam penyebaran informasi kebijakan. Melalui media tersebut, pemerintah dapat berinteraksi dengan masyarakat serta memperoleh umpan balik yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik (Mergel, 2019).

Selain itu, komunikasi publik pemerintah juga berperan dalam membangun citra pemerintah sebagai institusi yang transparan dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Ketika pemerintah mampu menyampaikan informasi kebijakan secara jelas dan konsisten, maka tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah cenderung meningkat (Van Dijck et al., 2018).

Dalam konteks kebijakan publik seperti Program Makan Bergizi Gratis, komunikasi publik pemerintah menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa masyarakat memahami tujuan dan manfaat program tersebut. Komunikasi yang efektif dapat mendorong masyarakat untuk memberikan dukungan terhadap kebijakan pemerintah serta berpartisipasi dalam pelaksanaannya.

Teori Agenda Setting

Teori agenda setting merupakan salah satu teori penting dalam studi komunikasi massa yang menjelaskan bagaimana media memiliki kemampuan untuk memengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh McCombs dan Shaw yang menyatakan bahwa media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan oleh masyarakat, tetapi media memiliki kemampuan untuk menentukan isu apa yang perlu dipikirkan oleh masyarakat (McCombs, 2020).

Dalam konteks komunikasi publik, teori agenda setting menunjukkan bahwa intensitas pemberitaan atau penyampaian informasi mengenai suatu isu dapat memengaruhi tingkat perhatian masyarakat terhadap isu tersebut. Ketika media secara konsisten menyampaikan informasi mengenai suatu kebijakan pemerintah, maka kebijakan tersebut cenderung menjadi perhatian utama publik.

Pemerintah dapat memanfaatkan mekanisme agenda setting untuk meningkatkan perhatian masyarakat terhadap program-program pembangunan. Melalui penyampaian informasi yang konsisten dan berkelanjutan melalui berbagai media komunikasi, pemerintah dapat membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya suatu program kebijakan (Chadwick, 2017).

Dalam penelitian ini, teori agenda setting digunakan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi impersonal pemerintah melalui media massa dan media digital dapat memengaruhi tingkat perhatian masyarakat terhadap Program Makan Bergizi Gratis.

Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi dikembangkan oleh Everett Rogers untuk menjelaskan bagaimana suatu inovasi atau gagasan baru dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat melalui proses komunikasi. Menurut Rogers, difusi inovasi merupakan proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara anggota suatu sistem sosial (Rogers dalam Flew, 2021).

Dalam proses difusi inovasi, komunikasi memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai suatu inovasi kepada masyarakat. Individu yang menerima informasi mengenai inovasi tersebut kemudian akan mengevaluasi manfaat inovasi tersebut sebelum memutuskan untuk menerima atau menolaknya.

Dalam konteks kebijakan publik, program pemerintah dapat dipandang sebagai bentuk inovasi sosial yang diperkenalkan kepada masyarakat. Keberhasilan

implementasi kebijakan tersebut sangat bergantung pada sejauh mana masyarakat memahami dan menerima inovasi tersebut. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif menjadi faktor penting dalam proses difusi kebijakan publik (O'Flynn et al., 2018).

Dalam penelitian ini, teori difusi inovasi digunakan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi impersonal pemerintah dapat membantu mempercepat penyebaran informasi mengenai Program Makan Bergizi Gratis kepada masyarakat serta mendorong penerimaan masyarakat terhadap program tersebut.

Dukungan Publik Terhadap Kebijakan

Dukungan publik merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan implementasi kebijakan publik. Dukungan masyarakat terhadap suatu kebijakan dapat tercermin dalam berbagai bentuk, seperti penerimaan terhadap kebijakan, partisipasi dalam pelaksanaan program, serta sikap positif terhadap pemerintah sebagai penyelenggara kebijakan (Strömbäck & Kioussis, 2019).

Dalam perspektif komunikasi politik, dukungan publik tidak terbentuk secara otomatis, melainkan melalui proses komunikasi yang mampu membangun pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Ketika masyarakat memahami tujuan dan manfaat suatu kebijakan, maka mereka cenderung memberikan dukungan terhadap kebijakan tersebut (Norris, 2017).

Namun demikian, dalam era digital saat ini, pembentukan opini publik menjadi semakin kompleks karena masyarakat memperoleh informasi dari berbagai sumber, termasuk media sosial dan platform digital lainnya. Penyebaran informasi yang tidak akurat atau misinformasi dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah (Wardle & Derakhshan, 2017).

Oleh karena itu, pemerintah perlu mengelola komunikasi kebijakan secara strategis agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat dipahami secara benar dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Komunikasi impersonal melalui media massa dan media digital menjadi salah satu sarana penting dalam membangun dukungan publik terhadap kebijakan pemerintah.

Dalam konteks Program Makan Bergizi Gratis, dukungan publik sangat diperlukan agar program tersebut dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Ketika masyarakat memahami manfaat program tersebut bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, maka tingkat dukungan terhadap program tersebut cenderung meningkat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi impersonal yang dilakukan oleh pemerintah dalam menyosialisasikan Program Makan Bergizi Gratis kepada masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, proses, serta dinamika komunikasi yang terjadi dalam penyampaian informasi kebijakan kepada publik.

Penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman fenomena sosial secara holistik melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif berupa kata-kata, dokumen, maupun perilaku yang dapat diamati (Creswell & Creswell, 2018). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana pemerintah menyampaikan pesan kebijakan melalui media komunikasi impersonal serta bagaimana pesan tersebut berperan dalam membangun dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis.

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai strategi komunikasi impersonal pemerintah, media yang digunakan dalam penyampaian pesan kebijakan, serta respons masyarakat terhadap program tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan pada lingkungan masyarakat yang menjadi sasaran informasi Program Makan Bergizi Gratis. Selain itu, penelitian juga mencakup analisis terhadap media komunikasi yang digunakan oleh pemerintah dalam menyampaikan informasi mengenai program tersebut, seperti: (a) media massa (televisi, surat kabar, dan portal berita daring); (b) media digital (website resmi pemerintah); (c) media sosial resmi lembaga pemerintah.

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan relevansi lokasi dengan implementasi program serta ketersediaan informasi yang berkaitan dengan komunikasi publik pemerintah mengenai Program Makan Bergizi Gratis.

Fokus penelitian merupakan batasan masalah yang menjadi perhatian utama dalam penelitian. Adapun fokus penelitian ini meliputi beberapa aspek berikut:

1. Bentuk komunikasi impersonal pemerintah dalam menyosialisasikan Program Makan Bergizi Gratis.
2. Media komunikasi yang digunakan pemerintah dalam penyebaran informasi mengenai program tersebut.

3. Strategi penyampaian pesan kebijakan dalam komunikasi publik pemerintah.
4. Respons dan dukungan masyarakat terhadap Program Makan Bergizi Gratis.

Dengan adanya fokus penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai peran komunikasi impersonal dalam membangun dukungan publik terhadap kebijakan pemerintah.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder: (1) Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui: Wawancara dan Observasi; (2) Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui: (a) dokumen kebijakan pemerintah; (b) laporan resmi lembaga pemerintah; (c) berita media massa; (d) jurnal ilmiah dan buku yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis serta memberikan konteks yang lebih luas terhadap fenomena yang diteliti.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pejabat atau staf pemerintah yang terlibat dalam kegiatan komunikasi publik atau sosialisasi Program Makan Bergizi Gratis.
2. Akademisi atau praktisi komunikasi yang memiliki pemahaman mengenai komunikasi publik pemerintah.
3. Masyarakat yang menjadi penerima informasi mengenai Program Makan Bergizi Gratis.

Melalui pemilihan informan tersebut, peneliti diharapkan dapat memperoleh informasi yang komprehensif mengenai proses komunikasi impersonal yang dilakukan oleh pemerintah serta dampaknya terhadap dukungan publik.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara bertahap sejak proses pengumpulan data hingga tahap penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2019) yang meliputi tiga tahap utama, yaitu:

1. Reduksi Data, merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, dan pengelompokan data yang relevan dengan fokus penelitian. Pada tahap ini, peneliti

menyeleksi data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memfokuskan analisis pada aspek komunikasi impersonal pemerintah.

2. Penyajian Data, dilakukan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis sehingga memudahkan peneliti untuk memahami hubungan antara berbagai data yang telah dikumpulkan. Penyajian data juga dapat dilengkapi dengan tabel atau bagan untuk memperjelas hasil analisis.

3. Penarikan Kesimpulan, Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Kesimpulan penelitian disusun berdasarkan pola-pola yang ditemukan dalam data serta dikaitkan dengan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian.

Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber data atau metode yang berbeda.

Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan melalui:

1. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan.
2. Triangulasi metode, yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Triangulasi teori, yaitu membandingkan temuan penelitian dengan teori-teori yang relevan dalam kajian komunikasi.

Melalui teknik triangulasi tersebut, data yang diperoleh diharapkan memiliki tingkat validitas yang tinggi sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tahapan penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, yaitu penyusunan proposal penelitian serta pengumpulan literatur yang relevan.
2. Tahap pengumpulan data, yaitu melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Tahap analisis data, yaitu mengolah dan menganalisis data yang telah diperoleh.
4. Tahap penyusunan laporan, yaitu menyusun hasil penelitian dalam bentuk laporan ilmiah.

Melalui tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran komunikasi impersonal pemerintah dalam membangun dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Program Makan Bergizi Gratis merupakan salah satu kebijakan strategis pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas gizi masyarakat, khususnya bagi anak-anak sekolah, ibu hamil, serta kelompok masyarakat rentan. Program ini dirancang sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia melalui pemenuhan kebutuhan gizi yang memadai. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam menurunkan angka stunting serta meningkatkan kesehatan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam implementasinya, Program Makan Bergizi Gratis dilaksanakan melalui distribusi makanan bergizi kepada kelompok sasaran yang telah ditentukan. Program ini melibatkan berbagai pihak, termasuk lembaga pemerintah, pemerintah daerah, serta masyarakat dalam proses pelaksanaannya. Oleh karena itu, keberhasilan program ini sangat bergantung pada dukungan dan partisipasi masyarakat.

Dalam konteks tersebut, komunikasi publik pemerintah memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi mengenai tujuan, manfaat, serta mekanisme pelaksanaan program kepada masyarakat. Pemerintah menggunakan berbagai saluran komunikasi impersonal untuk memastikan bahwa informasi mengenai Program Makan Bergizi Gratis dapat diterima oleh masyarakat secara luas.

Bentuk Komunikasi Impersonal Pemerintah dalam Sosialisasi Program

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah menggunakan berbagai bentuk komunikasi impersonal dalam menyosialisasikan Program Makan Bergizi Gratis kepada masyarakat. Komunikasi impersonal tersebut dilakukan melalui berbagai media komunikasi yang memiliki jangkauan luas.

Salah satu bentuk komunikasi impersonal yang digunakan adalah media massa, seperti televisi dan portal berita daring. Melalui media massa, pemerintah dapat menyampaikan informasi mengenai program secara luas kepada masyarakat. Pemberitaan mengenai program ini tidak hanya menyampaikan informasi mengenai tujuan program, tetapi juga menekankan manfaat yang dapat diperoleh masyarakat dari pelaksanaan program tersebut.

Selain media massa, pemerintah juga memanfaatkan media digital, khususnya media sosial resmi lembaga pemerintah. Platform seperti Instagram, Facebook, dan X (Twitter) digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai

program serta memberikan penjelasan mengenai mekanisme pelaksanaannya. Media sosial memungkinkan pemerintah untuk menyampaikan informasi secara lebih cepat dan menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Selain itu, pemerintah juga menggunakan situs web resmi lembaga pemerintah sebagai sarana komunikasi impersonal. Melalui situs web tersebut, masyarakat dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai program, termasuk tujuan, sasaran penerima manfaat, serta mekanisme pelaksanaannya.

Penggunaan berbagai media komunikasi tersebut menunjukkan bahwa pemerintah berupaya memanfaatkan berbagai saluran komunikasi impersonal untuk memastikan bahwa informasi mengenai program dapat diterima oleh masyarakat secara luas.

Tabel 1: Komunikasi Impersonal Pemerintah dalam Program Makan Bergizi Gratis

No	Aspek yang Dianalisis	Bentuk Temuan Penelitian	Implikasi terhadap Dukungan Publik
1	Media komunikasi yang digunakan	Pemerintah memanfaatkan media massa (televisi, portal berita), media sosial resmi pemerintah, serta situs web lembaga pemerintah untuk menyampaikan informasi program.	Memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat sehingga meningkatkan pengetahuan publik mengenai program.
2	Bentuk komunikasi impersonal	Penyampaian pesan dilakukan melalui pemberitaan media, publikasi digital, dan konten informasi di media sosial tanpa interaksi langsung dengan masyarakat.	Masyarakat memperoleh informasi secara luas dan cepat mengenai kebijakan pemerintah.
3	Strategi pesan komunikasi	Pesan komunikasi menekankan manfaat program bagi kesehatan masyarakat, pencegahan stunting, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia.	Membangun persepsi positif masyarakat terhadap tujuan program.

No	Aspek yang Dianalisis	Bentuk Temuan Penelitian	Implikasi terhadap Dukungan Publik
4	Intensitas penyebaran informasi	Informasi mengenai program disampaikan secara berulang melalui berbagai platform media komunikasi.	Meningkatkan perhatian publik terhadap program dan memperkuat kesadaran masyarakat.
5	Respons masyarakat	Sebagian besar masyarakat mengetahui program melalui media massa dan media digital serta menunjukkan sikap positif terhadap program tersebut.	Mendorong munculnya dukungan masyarakat terhadap pelaksanaan program.
6	Kendala komunikasi	Masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memperoleh informasi secara memadai, terutama di wilayah dengan keterbatasan akses internet.	Membutuhkan strategi komunikasi yang lebih inklusif agar informasi menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Strategi Penyampaian Pesan dalam Komunikasi Publik Pemerintah

Dalam menyampaikan informasi mengenai Program Makan Bergizi Gratis, pemerintah menggunakan beberapa strategi komunikasi untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada masyarakat.

Pertama, pemerintah menekankan pesan mengenai manfaat program bagi kesehatan masyarakat. Informasi yang disampaikan melalui berbagai media komunikasi menyoroti pentingnya pemenuhan gizi yang baik bagi pertumbuhan anak-anak serta peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Kedua, pemerintah juga menekankan narasi pembangunan sumber daya manusia dalam komunikasi publik mengenai program tersebut. Program Makan Bergizi Gratis diposisikan sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas generasi masa depan.

Ketiga, pemerintah menggunakan pendekatan komunikasi yang persuasif dan informatif dalam penyampaian pesan kebijakan. Informasi mengenai program disampaikan secara sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat.

Strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa pemerintah tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga berupaya membangun pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap program tersebut.

Respons dan Dukungan Masyarakat terhadap Program

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi impersonal yang dilakukan oleh pemerintah memiliki pengaruh terhadap tingkat pengetahuan masyarakat mengenai Program Makan Bergizi Gratis. Sebagian besar masyarakat mengetahui keberadaan program tersebut melalui media massa maupun media sosial.

Masyarakat yang memperoleh informasi mengenai program melalui media komunikasi pemerintah cenderung memiliki persepsi positif terhadap program tersebut. Mereka menilai bahwa program tersebut dapat memberikan manfaat bagi kesehatan anak-anak serta membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selain itu, masyarakat juga menunjukkan sikap dukungan terhadap pelaksanaan program tersebut. Dukungan tersebut tercermin dalam bentuk penerimaan masyarakat terhadap program serta harapan agar program tersebut dapat dilaksanakan secara berkelanjutan.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memperoleh informasi yang cukup mengenai program tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi publik pemerintah masih perlu ditingkatkan agar informasi mengenai program dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Tabel 2: Hubungan Komunikasi Impersonal dan Dukungan Publik

Variabel	Indikator	Temuan
Komunikasi Impersonal Pemerintah	Media massa, media digital, situs web resmi pemerintah	Digunakan secara aktif untuk menyebarkan informasi mengenai program.
Penyampaian Pesan Kebijakan	Narasi manfaat kesehatan, pembangunan SDM, pencegahan stunting	Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai tujuan program.
Dukungan Publik	Pengetahuan masyarakat, persepsi positif, penerimaan program	Sebagian besar masyarakat mendukung pelaksanaan program makan bergizi gratis.

Analisis Komunikasi Impersonal Pemerintah dalam Perspektif Teori

Hasil penelitian ini dapat dianalisis menggunakan beberapa teori komunikasi yang relevan.

Analisis Berdasarkan Teori Agenda Setting

Berdasarkan teori agenda setting, media memiliki kemampuan untuk memengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Dalam konteks Program Makan Bergizi Gratis, komunikasi pemerintah melalui media massa dan media digital telah berhasil meningkatkan perhatian masyarakat terhadap program tersebut.

Ketika informasi mengenai program tersebut secara konsisten disampaikan melalui berbagai media komunikasi, maka program tersebut menjadi salah satu isu yang mendapat perhatian masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi impersonal pemerintah berperan dalam membentuk agenda publik mengenai pentingnya pemenuhan gizi masyarakat.

Analisis Berdasarkan Teori Difusi Inovasi

Program Makan Bergizi Gratis dapat dipandang sebagai sebuah inovasi sosial yang diperkenalkan oleh pemerintah kepada masyarakat. Dalam proses difusi inovasi, komunikasi memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai inovasi tersebut.

Komunikasi impersonal yang dilakukan oleh pemerintah melalui media massa dan media digital berperan sebagai saluran penyebaran informasi mengenai program tersebut. Melalui komunikasi tersebut, masyarakat memperoleh informasi mengenai manfaat program serta mekanisme pelaksanaannya.

Proses komunikasi tersebut membantu masyarakat dalam memahami program serta mendorong penerimaan masyarakat terhadap kebijakan tersebut.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi impersonal pemerintah memiliki peran yang signifikan dalam membangun dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis. Penggunaan berbagai media komunikasi memungkinkan pemerintah untuk menyampaikan informasi kebijakan kepada masyarakat secara luas.

Selain itu, strategi komunikasi yang menekankan manfaat program bagi kesehatan masyarakat juga berkontribusi dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap program tersebut. Ketika masyarakat memahami manfaat

yang dapat diperoleh dari program tersebut, maka tingkat dukungan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah cenderung meningkat.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi impersonal pemerintah masih dapat ditingkatkan. Pemerintah perlu memastikan bahwa informasi mengenai program dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk masyarakat yang memiliki keterbatasan akses terhadap media digital.

Dengan demikian, komunikasi publik pemerintah perlu dirancang secara lebih strategis agar dapat meningkatkan pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap program-program kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai komunikasi impersonal pemerintah dalam membangun dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, pemerintah menggunakan berbagai bentuk komunikasi impersonal dalam menyosialisasikan Program Makan Bergizi Gratis kepada masyarakat. Komunikasi tersebut dilakukan melalui media massa, media digital, serta situs web resmi lembaga pemerintah. Pemanfaatan berbagai media komunikasi tersebut memungkinkan pemerintah untuk menjangkau masyarakat secara luas serta menyampaikan informasi kebijakan secara lebih cepat dan efektif.

Kedua, strategi komunikasi yang digunakan pemerintah dalam menyampaikan informasi mengenai Program Makan Bergizi Gratis menekankan pada penyampaian pesan mengenai manfaat program bagi kesehatan masyarakat serta pembangunan sumber daya manusia. Narasi yang disampaikan dalam komunikasi publik pemerintah juga menekankan pentingnya pemenuhan gizi bagi pertumbuhan anak-anak serta peningkatan kualitas generasi masa depan.

Ketiga, komunikasi impersonal yang dilakukan oleh pemerintah terbukti mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai Program Makan Bergizi Gratis. Sebagian besar masyarakat mengetahui keberadaan program tersebut melalui media massa maupun media digital. Informasi yang disampaikan melalui media komunikasi pemerintah juga berkontribusi dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap program tersebut.

Keempat, dukungan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis dipengaruhi oleh tingkat pemahaman masyarakat terhadap tujuan dan manfaat program. Ketika masyarakat memperoleh informasi yang jelas dan akurat mengenai

program tersebut, maka masyarakat cenderung memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kebijakan pemerintah.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi impersonal pemerintah masih perlu ditingkatkan. Masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memperoleh informasi yang memadai mengenai Program Makan Bergizi Gratis, terutama di kalangan masyarakat yang memiliki keterbatasan akses terhadap media digital. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengembangkan strategi komunikasi publik yang lebih inklusif agar informasi mengenai program dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata.

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut.

Pertama, pemerintah perlu meningkatkan strategi komunikasi publik dalam menyosialisasikan Program Makan Bergizi Gratis dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi secara lebih optimal. Selain media digital, pemerintah juga perlu memperkuat penggunaan media komunikasi konvensional agar informasi mengenai program dapat menjangkau masyarakat yang memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi digital.

Kedua, pemerintah disarankan untuk mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih partisipatif dalam penyampaian informasi kebijakan. Melalui pendekatan komunikasi yang melibatkan masyarakat secara lebih aktif, pemerintah dapat memperoleh umpan balik yang berguna untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan program.

Ketiga, pemerintah perlu memastikan bahwa informasi mengenai Program Makan Bergizi Gratis disampaikan secara konsisten dan berkelanjutan melalui berbagai saluran komunikasi. Konsistensi dalam penyampaian informasi akan membantu meningkatkan pemahaman masyarakat serta memperkuat dukungan publik terhadap program tersebut.

Keempat, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengkaji lebih lanjut mengenai komunikasi publik pemerintah, khususnya dalam konteks implementasi kebijakan sosial. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk mengukur secara lebih komprehensif pengaruh komunikasi impersonal terhadap tingkat dukungan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah.

Dengan demikian, pengelolaan komunikasi publik yang efektif diharapkan dapat mendukung keberhasilan implementasi Program Makan Bergizi Gratis serta meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappenas. (2023). *Strategi pembangunan sumber daya manusia Indonesia*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects on civic and political participation. *Communication Research*, 47(7), 947–966.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Flew, T. (2021). *Understanding global media* (3rd ed.). Palgrave Macmillan.
- Graber, D. A., & Dunaway, J. (2018). *Mass media and American politics* (11th ed.). CQ Press.
- Heiss, R., Schmuck, D., & Matthes, J. (2019). What drives interaction in political actors' Facebook posts? *Social Media + Society*, 5(3), 1–11.
- Jungherr, A. (2021). *The digital transformation of political communication*. Cambridge University Press.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Profil kesehatan Indonesia 2022*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Lilleker, D. G., & Koc-Michalska, K. (2017). What drives political participation? *Political Communication*, 34(1), 21–43.
- Lovari, A., & Bowen, S. A. (2020). Social media in government: Public communication and public engagement. *International Journal of Strategic Communication*, 14(2), 95–107.
- McCombs, M. (2020). *Setting the agenda: Mass media and public opinion* (3rd ed.). Polity Press.
- Mergel, I. (2019). Digital service teams in government. *Government Information Quarterly*, 36(4), 101389.
- Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2019). Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government Information Quarterly*, 36(4), 101385.

- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute digital news report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Norris, P. (2017). *Strengthening electoral integrity*. Cambridge University Press.
- O'Flynn, J., Blackman, D., & Halligan, J. (2018). Crossing boundaries in public management and policy. *Public Management Review*, 20(11), 1623–1640.
- Pamment, J. (2016). *Strategic communication at the international level*. Routledge.
- Seo, H., & Faris, R. (2021). Comparative approaches to misinformation and disinformation. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2(1), 1–12.
- Strömbäck, J., & Kiousis, S. (2019). *Political public relations: Concepts, principles, and applications*. Routledge.
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Waisbord, S. (2020). *Communication: A post-discipline*. Polity Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.
- Welch, E. W., & Feeney, M. K. (2018). Technology tasks and government performance. *Public Administration Review*, 78(2), 239–250.
- Zaller, J. (2016). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge University Press.