

Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Implementasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG) : Studi Kasus SMKN 1 Jogonalan

Awi Pujiyanto ^{1*}, Manap Solihat ²

^{1*} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia.

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Corresponding Email: awipujiyanto1997@gmail.com ^{1*}

Histori Artikel:

Dikirim 15 Oktober 2025; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Oktober 2025; *Diterima* 10 Desember 2025; *Diterbitkan* 10 Januari 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) dilaksanakan sebagai upaya pemerintah dalam peningkatan gizi, kesehatan, serta mengurangi angka stunting di Indonesia. Program ini sudah berjalan kurang lebih sepuluh bulan, namun dalam pelaksanaannya dijumpai beberapa kasus keracunan di sejumlah daerah yang menimbulkan beberapa kekhawatiran bagi masyarakat, khususnya bagi peserta didik dan orangtua penerima MBG. Penelitian ini berfokus pada teori proses komunikasi menurut Effendy meliputi komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berupa wawancara secara spesifik kepada pihak Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) Lumbung Karya Nusantara Plawikan, guru, dan peserta didik di SMKN 1 Jogonalan Kabupaten Klaten. Purposive sampling penulis gunakan dalam memilih informan kunci (key informants) yang dianggap paling mengetahui dan memiliki informasi mendalam tentang MBG meliputi kepala SPPG, enam peserta didik penerima MBG, dan guru penanggungjawab MBG, kemudian informasi tersebut di olah dengan analisis tematik. Hasil penelitian ditemukan masih ada beberapa aspek komunikasi yang belum berjalan, seperti pihak sekolah sebagai komunikator belum menyampaikan pesan resmi kepada peserta didik maupun orangtua dan media sosial sebagai saluran memberikan informasi program MBG kepada peserta didik maupun orangtua yang dari validitas informasi dinilai kurang, sehingga menimbulkan kekhawatiran terhadap program MBG. Beberapa temuan ini menunjukkan perlu peningkatan sosialisasi program MBG yang valid, variasi konten digital dan konvensional serta penyesuaian strategi komunikasi lanjutan bagi pemerintah atau lembaga terkait. Penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi publik yang transparan, cepat, dan berorientasi pada empati manusia, terutama kebijakan sosial yang menyentuh kehidupan masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah dan instansi terkait dalam pengembangan program komunikasi yang lebih efektif terutama program MBG.

Kata Kunci: Komunikasi Pemerintah; Strategi Komunikasi; MBG; Persepsi Publik; SMKN 1 Jogonalan.

Abstract

The Free Nutritious Meal Program (MBG) is implemented as a government effort to improve nutrition, health, and reduce stunting rates in Indonesia. This program has been running for approximately ten months, but during its implementation, several cases of poisoning were found in several areas that raised some concerns for the community, especially for students and parents who received MBG. This study focuses on the communication process theory according to Effendy including communicators, messages, channels, communicants, and effects. This study uses a descriptive qualitative approach in the form of specific interviews with the Nutrition Fulfillment Service Unit (SPPG) Lumbung Karya Nusantara Plawikan, teachers, and students at SMKN 1 Jogonalan, Klaten Regency. The author used purposive sampling in selecting key informants who were considered to have the most knowledge and in-depth information about MBG, including the head of SPPG, six students who received MBG, and the teacher in charge of MBG, then the information was processed with thematic analysis. The research results found that there are still several aspects of communication that have not been implemented, such as the school as the communicator has not delivered an official message to students and parents and social media as a channel to provide information on the MBG program to students and parents whose information validity is considered lacking, thus raising concerns about the MBG program. Several of these findings indicate the need for increased socialization of the MBG program that is valid, a variety of digital and conventional content and adjustments to further communication strategies for the government or related institutions. This research emphasizes the importance of transparent, fast, and empathy-oriented public communication, especially social policies that touch people's lives. The results of this study are expected to be a consideration for the government and related institutions in developing more effective communication programs, especially the MBG program.

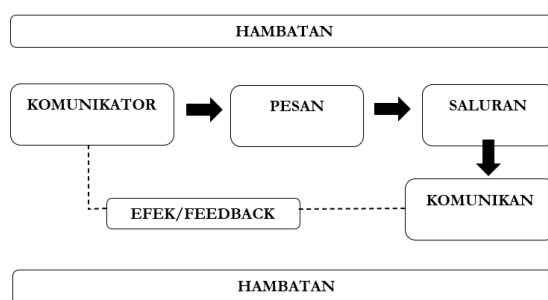
Keyword: Government Communication; Communication Strategy; MBG; Public Perception; SMKN 1 Jogonalan.

1. Pendahuluan

Sejak penerapan kebijakan keterbukaan informasi publik, pola komunikasi pemerintahan di Indonesia telah mengalami perubahan yang signifikan. Arah perubahan ini menuju transparansi dan partisipasi aktif masyarakat. Collins *et al.* (2021) menyebutkan bahwa sejak tahun 2010, setiap informasi publik wajib tersedia bagi masyarakat, kecuali yang secara tegas dinyatakan sebagai informasi rahasia berdasarkan hukum. Prinsip ini menjadi landasan bagi program-program pemerintah, termasuk Program Makan Bergizi Gratis (MBG), yang memerlukan komunikasi yang jelas, akuntabel, dan efektif antara pemerintah dan masyarakat. Permasalahan yang melatarbelakangi kebijakan MBG adalah kemiskinan dan ketimpangan gizi. Sa'adah (2024) menyatakan bahwa kemiskinan tetap menjadi masalah utama yang sulit diatasi, diperburuk oleh kenaikan harga pangan yang memperburuk kesenjangan sosial. Hal ini mendorong pemerintah untuk menginisiasi kebijakan dalam rangka meningkatkan gizi dan mengatasi stunting melalui program yang tercantum dalam Peraturan Presiden No. 83 Tahun 2017. Di bawah kepemimpinan Presiden Prabowo Subianto, kebijakan ini diperkuat dengan pembentukan Badan Gizi Nasional (BGN), berdasarkan Peraturan Presiden No. 83 Tahun 2024, yang bertujuan memperkuat koordinasi antar lembaga dalam mewujudkan ketahanan pangan dan peningkatan gizi. Program MBG memprioritaskan ibu hamil, anak-anak, dan remaja, dengan tujuan memperbaiki kualitas sumber daya manusia (SDM) Indonesia dalam persiapan Indonesia Emas 2045 serta mengurangi beban ekonomi keluarga. Keberhasilan program ini tidak hanya bergantung pada isi kebijakan, tetapi juga pada perencanaan komunikasi dan pemilihan saluran yang tepat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Nina *et al.* (2023) mengemukakan bahwa perencanaan komunikasi yang matang adalah tahap awal yang sangat menentukan dalam proses pengelolaan informasi publik. Jika tahap ini dilakukan dengan baik, pelaksanaan komunikasi akan lebih efektif. Dalam pelaksanaan MBG, koordinasi antara pemerintah, sekolah, dan masyarakat menjadi hal yang sangat penting. Komunikasi yang jelas, relevan, dan tepat sasaran menjadi kunci utama dalam pelaksanaan program ini. Chaniago *et al.* (2025) menambahkan bahwa komunikasi pemerintah memainkan peran krusial dalam memantau perkembangan suatu program, mengidentifikasi masalah yang muncul, dan mengevaluasi hasilnya.

Di SMKN 1 Jogonalan, Kabupaten Klaten, yang merupakan salah satu penerima manfaat program MBG, distribusi makanan dilakukan dengan kerjasama antara SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan dan guru penanggung jawab di sekolah. Model koordinasi ini melibatkan berbagai kegiatan, mulai dari pendataan, sosialisasi, hingga pelaksanaan dan evaluasi. Pihak sekolah bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran program dan memantau pelaksanaannya di tingkat sekolah. Oleh karena itu, efektivitas program MBG sangat bergantung pada kesiapan dan dukungan sekolah. Sosialisasi mengenai program MBG dilakukan oleh SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan kepada guru dan tenaga pendidik di SMKN 1 Jogonalan melalui pertemuan langsung sebelum distribusi makanan dilakukan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendata penerima, mengenalkan tujuan program, serta mendorong pelaksanaannya. Namun, sosialisasi kepada peserta didik belum dilaksanakan secara formal oleh SPPG. Beberapa peserta didik di SMKN 1 Jogonalan mengungkapkan ketidaktahuan mereka mengenai tujuan program MBG, bahkan informasi yang mereka dapatkan lebih banyak berasal dari media sosial daripada sumber resmi. Suhendra & Selly Pratiwi (2024) menunjukkan bahwa media sosial kini berfungsi sebagai platform yang sangat kuat dalam membentuk opini publik. Informasi mengenai program pemerintah seperti MBG, sering kali disertai dengan hoaks yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat secara signifikan. Hal ini tercermin dari dominasi konten negatif terkait program MBG di TikTok, yang menambah kecemasan peserta didik. Pratiwi (2022) menekankan pentingnya pemahaman terhadap pengaruh hoaks di media daring, yang kerap diterima dengan mudah oleh masyarakat yang sedang berada dalam kondisi rentan. Selain itu, SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan juga memanfaatkan media digital, seperti WhatsApp dan Instagram, untuk menyampaikan informasi mengenai penerima MBG dan kandungan gizi dalam makanan yang disediakan. Namun, hambatan muncul bagi orangtua yang tidak familiar dengan aplikasi Instagram, yang mengakibatkan kesulitan dalam menerima informasi.

Hal ini menandakan bahwa penyampaian pesan kepada masyarakat, terutama orangtua, belum sepenuhnya efektif. Kurangnya koordinasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan pelaksana di lapangan sering menyebabkan tumpang tindih tugas dan ketidakefisienan dalam alokasi sumber daya (Allain-Dupré, 2018). Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada analisis strategi komunikasi pemerintah dalam pelaksanaan Program MBG dengan menggunakan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy (2017). Teori ini mencakup lima unsur utama: (1) komunikator, (2) pesan, (3) saluran, (4) komunikan, dan (5) efek. Pendekatan ini digunakan untuk memahami dinamika komunikasi dalam program MBG dan mengevaluasi sejauh mana pesan yang disampaikan dapat diterima dan efektif.



Gambar 1. Teori Komunikasi

Teori ini digunakan sebagai pemahaman seperti apa arus komunikasi terbentuk dan berjalan, komunikaturnya siapa, apa pesannya, dengan menggunakan apa pesan tersebut tersampaikan, kepada siapa pesan tersebut di sampaikan, dan apa efek yang di timbulkan dari pesan tersebut. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatannya teori komunikasi menurut (Effendy, 2017) yang mengintegrasikan teori manajemen komunikasi publik (Collins *et al.*, 2021) dan model strategi komunikasi pemerintahan (Nina & Syam, 2023), serta pembahasan empiris dari data lapangan di SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan dan SMKN 1 Jogonalan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dinamika komunikasi pemerintah dalam implementasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG) serta strategi yang diterapkan untuk mengatasi tantangan komunikasi yang ada. Fokus utama penelitian ini adalah pada analisis strategi komunikasi, substansi pesan, efektivitas media penyebaran informasi, dan respons masyarakat terhadap program MBG. Pendekatan deskriptif dipilih untuk memberikan kebebasan dalam memahami fenomena secara menyeluruh dalam lingkungan alami, serta untuk menginterpretasikan makna dari tindakan, komunikasi, dan pengalaman yang terjadi. Metode ini relevan untuk mengidentifikasi bagaimana pesan terkait MBG diterima oleh khalayak, khususnya dalam menciptakan rasa aman bagi masyarakat dalam mengonsumsi makanan dari program tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yang melibatkan beberapa sumber dan metode untuk memastikan validitas dan keberagaman perspektif. Pertama, penulis melakukan wawancara mendalam dengan tiga kelompok informan kunci, yaitu: (1) Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan, (2) Guru Penanggung Jawab Program MBG, dan (3) Peserta Didik kelas X-XII SMKN 1 Jogonalan. Kedua, dilakukan observasi langsung di lokasi penelitian, yakni di SPPG Lumbung Karya Nusantara dan SMKN 1 Jogonalan. Ketiga, dokumentasi terkait materi komunikasi MBG yang ada di sekolah dan SPPG digunakan sebagai alat untuk memastikan keabsahan data yang terkumpul (Rahmawati *et al.*, 2024). Informan dipilih berdasarkan keterlibatannya langsung dalam pelaksanaan Program MBG, yang terdiri dari delapan orang yang dianggap memiliki informasi yang relevan dan mendalam mengenai pelaksanaan program ini.

Tabel 1. Data Informan

Informan	Data yang diperlukan	Jumlah
Kepala SPPG	Strategi Komunikasi, media, hambatan, koordinasi	1
Guru PJ MBG	Komunikasi Instansi terkait, pelaksanaan program, hambatan, evaluasi	1
Siswa	Penerimaan informasi, <i>trust issue</i> MBG, pemahaman maksud dan tujuan MBG	6

Analisis data dilakukan dengan tahapan data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing*. Setiap temuan dikaitkan dengan teori perencanaan pesan dan media (Nina & Syam, 2023), teori manajemen komunikasi public (Collins *et al.*, 2021), serta temuan empiris dari penelitian komunikasi kebijakan sosial (Sa'adah, 2024).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Implementasi Komunikasi Pemerintah

Hasil analisis lapangan menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemerintah terkait program MBG di Klaten berfungsi secara *top-down*, dengan arahan dan kebijakan yang datang dari Badan Gizi Nasional (BGN) dan SPPG, lalu diteruskan melalui pendataan awal ke sekolah dan penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU) sebelum pendistribusian MBG. Selain itu, saluran komunikasi digital seperti WhatsApp juga digunakan untuk menghubungkan pihak sekolah sebagai pelaksana program.

3.1.2 Komunikator

Komunikator, yang berperan penting dalam menyampaikan informasi, memiliki tugas utama untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh penerima. Penyampaian informasi yang disertai pemahaman yang tepat sangat penting untuk menghindari penafsiran yang salah dan ambigu. Kejelasan pesan dapat mengurangi prasangka negatif dan kesalahpahaman yang berpotensi merusak efektivitas komunikasi. Sebagai komunikator utama di lapangan, SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi terkait MBG, baik melalui sosialisasi langsung maupun media digital. Namun, keterbatasan sumber daya manusia di SPPG dalam menyampaikan informasi secara langsung kepada peserta didik dan orangtua mengharuskan peran sekolah untuk mendukung penyampaian pesan tersebut. Guru di sekolah menjadi pihak yang memfasilitasi agar pesan dapat diterima dengan tepat, cepat, dan jelas oleh semua pihak yang terlibat, baik peserta didik maupun orangtua. Seperti yang disampaikan oleh Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan:

"Sebelum program berjalan di sekolah, kami melakukan pendataan ke sekolah sekaligus menyampaikan maksud dan tujuan program kepada kepala sekolah dan guru." (Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan, 6 November 2025)

Penelitian oleh Allain-Dupré (2018) menunjukkan bahwa koordinasi yang baik antara instansi pemerintah dan lembaga terkait menjadi tantangan besar dalam kesuksesan komunikasi program MBG. Kepala sekolah dan guru penanggung jawab memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan maksud dan tujuan program MBG kepada seluruh peserta didik dan orangtua secara terstruktur. Hal ini sejalan dengan prinsip pelayanan informasi publik yang baik, yang menurut Collins *et al.* (2021) menjadi indikator keberhasilan komunikasi pemerintah dalam melayani masyarakat. Dalam praktiknya, guru berperan sebagai agen utama yang memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak di lingkungan sekolah.

Namun, penyampaian informasi terkait program MBG kepada peserta didik dan orangtua di SMKN 1 Jogonalan belum dilakukan secara formal oleh pihak sekolah. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu peserta didik:

"Saya taunya program MBG dari media sosial, tiktok gitu. Kalau dari sekolah, belum pernah ada sosialisasi khusus yang menjelaskan tujuan utama dari program MBG ini." (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Dari enam peserta didik yang diwawancarai, lima di antaranya mengaku belum sepenuhnya memahami tujuan dari program MBG. Mereka hanya mengetahui bahwa program ini berkaitan dengan pemenuhan gizi. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik belum sepenuhnya dilibatkan dalam sosialisasi terkait tujuan dari program MBG. Padahal, partisipasi aktif dari peserta didik dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap program ini. Seperti yang dijelaskan oleh Alfathin Rangkuti & Ridwan Rangkuti (2021), implementasi kebijakan publik dapat berjalan lebih efektif jika komunikasi yang dilakukan jelas, partisipatif, dan konsisten antara pemerintah, pelaksana, dan masyarakat. Agustini (2025) mengutip pendapat Edward III yang menekankan bahwa komunikasi adalah salah satu variabel kunci dalam keberhasilan kebijakan publik, selain sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi. Teori partisipasi dalam komunikasi publik juga menekankan pentingnya peran masyarakat dalam membentuk kebijakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Pemerintah, sebagai pengelola utama program, harus menjadi contoh dalam keterbukaan dan responsivitas terhadap aspirasi publik (Faisal, 2021).

3.1.3 Pesan

Pesan merupakan inti dari komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima dengan tujuan tertentu. Pesan dapat berupa ide, gagasan, perasaan, atau maksud yang dikomunikasikan melalui simbol, gerak tubuh, kata lisan, atau tulisan. Dalam program MBG, pesan yang disampaikan oleh SPPG kepada pihak sekolah mencakup tujuan utama program, yakni peningkatan gizi, pengurangan angka stunting, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), pemutusan rantai kemiskinan, dan penggerak perekonomian, baik di tingkat daerah maupun nasional. Pesan ini dimaksudkan untuk diteruskan oleh pihak sekolah kepada peserta didik dan orangtua. Namun, efektivitas penyampaian pesan ini sangat bergantung pada metode yang digunakan oleh pihak sekolah. Dari hasil wawancara dengan enam peserta didik di SMKN 1 Jogonalan, lima di antaranya mengungkapkan bahwa mereka belum mendapatkan penjelasan langsung mengenai tujuan dari program MBG. Salah satu peserta didik menyatakan:

"Saya taunya program MBG dari media sosial, TikTok gitu. Kalau dari sekolah, belum pernah ada sosialisasi khusus yang menjelaskan tujuan utama dari MBG ini." (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025) "Ya, seharusnya tetap ada sosialisasi, biar semua merasa program ini didukung oleh semua pihak, nggak simpang siur kayak di TikTok, kan banyak konten soal MBG." (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun peserta didik sudah menerima informasi tentang MBG melalui media sosial, pesan yang disampaikan belum memenuhi standar komunikasi yang baik. Banyaknya informasi yang bercampur dengan bias atau hoaks di media sosial dapat menyebabkan perbedaan persepsi di kalangan peserta didik. Pratiwi (2022) menjelaskan bahwa hoaks dalam media daring seringkali mempengaruhi pembaca dengan cara yang tidak disadari, memperburuk kesalahpahaman yang ada. Oleh karena itu, penting bagi pihak sekolah untuk menyampaikan pesan secara langsung agar kredibilitas informasi dapat terjaga dan menghindari penafsiran yang salah. Situasi ini juga menggambarkan betapa pentingnya literasi informasi dan peran komunikasi interpersonal di kalangan peserta didik. Pendidikan literasi informasi yang baik dapat membantu mereka mengembangkan keterampilan untuk menganalisis informasi secara kritis, sehingga mereka tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan (Friesem, 2019; Tully, Vraga, & Smithson, 2018).

Sebagai bagian dari komunikasi publik, hal ini juga sejalan dengan pandangan Collins *et al.* (2021), yang menekankan pentingnya keterbukaan informasi publik sejak tahun 2010, dimana semua informasi publik harus dapat diakses oleh masyarakat, kecuali yang secara jelas diatur sebagai informasi yang dirahasiakan oleh undang-undang. Keterbukaan ini menjadi dasar penting bagi pemerintah untuk membangun kepercayaan masyarakat dan mengurangi potensi disinformasi, terutama di lingkungan sekolah. Penting bagi pemerintah untuk menyampaikan informasi yang akurat dan relevan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Austin *et al.*, 2016). Oleh karena itu, strategi komunikasi publik yang efektif harus mampu mengurangi penyebaran informasi yang tidak akurat dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap program-program pemerintah. Penetapan standar pesan yang jelas, baik melalui modul atau panduan penyampaian pesan, sangat diperlukan agar sekolah tidak hanya mengandalkan improvisasi dalam menyampaikan pesan, tetapi memiliki acuan yang jelas dan sistematis.

3.1.4 Saluran

Saluran adalah sarana atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini, SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan memanfaatkan kolaborasi antara media konvensional dan digital untuk menyampaikan pesan terkait program MBG. Saluran utama yang digunakan tetap media konvensional, yaitu melalui sosialisasi langsung kepada pihak sekolah, termasuk kepala sekolah dan penanggung jawab program di masing-masing sekolah. Sosialisasi ini kemudian diperkuat dengan penggunaan media digital seperti WhatsApp dan Instagram. WhatsApp digunakan sebagai sarana komunikasi antara berbagai pihak terkait, seperti pengurus BGN Kabupaten, dinas kesehatan, dan guru penanggung jawab di sekolah. Sebagaimana dijelaskan oleh Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan:

"Kami membuat grup di WhatsApp untuk mempermudah komunikasi dengan sekolah. Di grup itu, ada perwakilan dari dinas terkait, seperti dinas kesehatan dan dinas pendidikan." (Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan, 6 November 2025)

Selain WhatsApp, Instagram juga menjadi saluran penting yang dimanfaatkan oleh SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan untuk menyampaikan informasi kepada peserta didik dan orangtua. Menurut Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan, penggunaan Instagram dimulai dengan perlahan dan bertujuan untuk memberikan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat:

"Kami memulainya dengan media sosial terlebih dahulu. Kami memiliki akun Instagram 'dapur' yang digunakan untuk membagikan setiap menu makanan yang disajikan. Harapannya, kami bisa memberikan suasana positif kepada masyarakat. Selain itu, kami sering mengingatkan setiap siswa atau koordinator melalui grup WhatsApp untuk selalu memonitor dan memeriksa makanan sebelum dibagikan kepada siswa. Makanan harus dicek terlebih dahulu dibuka, dicium, dan dirasakan." (Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan, 6 November 2025)

Akun Instagram ini dipilih sebagai salah satu strategi untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada peserta didik, dan lebih penting lagi, untuk menjangkau orangtua mereka. Dengan demikian, penggunaan media sosial menjadi sarana penting dalam memperluas jangkauan informasi, mempermudah akses, dan memperkuat komunikasi dua arah antara pihak sekolah, peserta didik, dan orangtua.

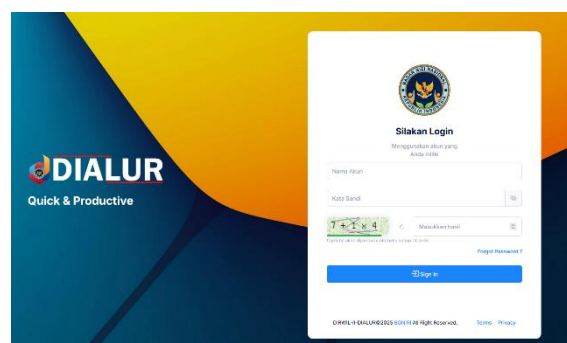


Gambar 2. Konten SPPG Plawikan di Media Instagram

SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan menggunakan sistem pelaporan berbasis web, yang disebut *DIALUR*, untuk menyampaikan laporan kepada BGN Pusat. Sistem ini digunakan untuk mengelola data terkait profil SPPG, jumlah distribusi MBG, penerima manfaat, serta masalah yang dihadapi selama pelaksanaan program.

"Jika pelaporan ke BGN Pusat, kami menggunakan web, namanya *DIALUR*. Di sana datanya lengkap, namun hanya SPPG yang memiliki akses. Untuk laporan dari sekolah, mereka menggunakan grup WhatsApp, kemudian kami yang akan mengedit dan mengunggah ke *DIALUR*." (Kepala SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan, 6 November 2025)

Namun, meskipun *DIALUR* dirancang untuk mempermudah pelaporan, sistem ini masih memiliki beberapa kendala. Penggunaannya dinilai belum efektif karena sering mengalami masalah teknis, seperti server yang down, waktu akses yang lama, tampilan yang tidak muncul, dan frekuensi pemeliharaan sistem yang mengganggu. Temuan ini menyoroti pentingnya pengelolaan komunikasi yang lebih strategis, adaptif, dan berbasis data yang lebih efektif, untuk memastikan kelancaran pelaporan serta pengelolaan program yang lebih efisien.



Gambar 3. Web/Laman Awal DIALUR

Adapun pihak sekolah belum menyampaikan informasi secara resmi kepada peserta didik maupun orangtua. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi bagi pemerintah untuk memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dengan jelas, relevan, dan memberikan umpan balik yang terukur. Audiens cenderung lebih menerima informasi yang sesuai dengan pandangan atau skema yang telah ada sebelumnya, sehingga hoaks dapat menyebar lebih cepat melalui

saluran yang mereka percayai (Tandoc *et al.*, 2017). Respons yang lamban dari pihak pemerintah maupun sekolah akan menghambat keberhasilan komunikasi, karena masyarakat lebih cenderung mempercayai informasi yang diterima melalui saluran tidak resmi (Naufal, 2021). Hal ini menekankan bahwa memperbaiki strategi komunikasi publik sangat penting untuk menghindari kebingungan yang lebih besar dan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap program-program pemerintah. Jika komunikasi publik dimaksimalkan, dalam perspektif teori konstruksi sosial atas realitas (Ramirez & Lepez, 2023), interaksi antara pemerintah dan masyarakat sekolah dalam program MBG akan membentuk makna sosial baru mengenai pentingnya gizi, kesehatan, dan tanggung jawab publik terhadap kesejahteraan generasi muda.

3.1.5 Komunikasikan

Komunikasikan adalah pihak yang menerima dan menerjemahkan pesan dalam komunikasi. Keberhasilan pesan yang disampaikan oleh komunikator sangat bergantung pada cara komunikasikan memahami dan merespons pesan tersebut dengan efektif. Pada program MBG ini, peserta didik lebih dominan menerima pesan melalui media sosial, yang kredibilitasnya sering kali dipertanyakan. Hal ini tentunya berpengaruh pada respons mereka terhadap program MBG. Liu *et al.* (2021) mengemukakan bahwa respons yang terkoordinasi dari pemerintah sangat penting untuk membangun kepercayaan publik, terutama dalam situasi krisis, seperti pandemi COVID-19. Kebijakan yang transparan dan informasi yang akurat memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan yang lebih baik mengenai kesehatan mereka dan mengurangi dampak dari hoaks yang beredar. Untuk itu, SPPG dan pihak sekolah perlu saling bersinergi dalam menyampaikan pesan dengan memperhatikan karakteristik peserta didik. Pesan yang disampaikan dengan cara yang tepat akan lebih efektif sampai kepada peserta didik dan orangtua, serta mengurangi masalah *trust issue* terkait program MBG yang sering muncul di media sosial. Kurangnya kerjasama dan komitmen dari pihak-pihak terkait menjadi salah satu kendala dalam mengatasi kekhawatiran peserta didik akibat informasi yang tidak akurat di media.

"Sering banget lihat konten di media soal MBG, yang ada belatungnya, yang keracunan, rasa khawatir pasti ada, tapi karena ya kondisi pas lapar, bismillah yakin aja." (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Menurut Setyawan *et al.* (2025), berita hoaks terkait program Makan Bergizi Gratis (MBG) menggunakan berbagai strategi linguistik dan kognitif untuk memanipulasi persepsi publik. Oleh karena itu, peran komunikator sangat penting dalam mempengaruhi komunikasi baik dalam hal siapa yang menerima pesan, seberapa paham mereka terhadap pesan tersebut, bagaimana respons mereka, dan sejauh mana mereka mendukung langkah konkret yang diambil.

3.1.6 Efek

Efek komunikasi merujuk pada respons yang timbul dari komunikasi, yang dapat berupa perubahan perasaan, tanggapan, atau reaksi. Tandoc *et al.* (2017) menjelaskan bahwa audiens seringkali melakukan proses otentikasi terhadap informasi yang mereka terima, meskipun sering dipengaruhi oleh bias kognitif dan informasi yang sudah mereka percayai sebelumnya. Tiga kategori efek dalam studi komunikasi meliputi efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif/behavioral. Setiap kategori efek ini menghasilkan perubahan yang berbeda dari hasil interaksi antara komunikasi dan komunikator. Keberhasilan komunikasi dapat diukur dari perubahan-perubahan tersebut.

1) Kognitif

Efek kognitif berfokus pada perubahan dalam apa yang diketahui atau dipahami oleh khalayak, dalam hal ini peserta didik, setelah menerima pesan. Dari wawancara dengan enam peserta didik di SMKN 1 Jogonalan, mereka mengakui pentingnya pelaksanaan program MBG, terutama untuk peningkatan gizi, pencegahan stunting, serta penggerak perekonomian dari tingkat daerah hingga nasional. Salah satu peserta didik menyampaikan:

“Bagus banget sih MBG ini, kita malah selalu nungguin tuh MBG tiap hari dan tebak-tebakan gitu menunya hari ini apa. Dari MBG ini kita juga bisa tahu makanan yang kita makan hari ini kandungan gizinya ini-ini gitu.” (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Selain itu, stigma negatif terhadap makanan bergizi yang sebelumnya dianggap tidak enak mulai berkurang berkat program MBG. Seperti yang dikatakan oleh salah satu peserta didik:

“Iya enak kok, malah enak ini loh dari masakan rumahku, bergizi lagi. Kalau biasanya makanan sehat yang kutahu ya sayur mayur gitu, terus no-no micin, tapi ternyata di MBG enggak loh.” (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi dan kesadaran peserta didik terhadap makanan sehat dan bergizi mulai bergeser, menjadi landasan yang kuat untuk perilaku mereka dalam pemenuhan gizi dan kesehatan.

2) Afektif

Efek afektif berfokus pada perubahan perasaan, emosi, atau sikap khalayak. Dalam konteks ini, peserta didik merespons pesan melalui media sosial, yang sering kali terpengaruh oleh *trust issues* terkait program MBG. Selain itu, banyaknya berita hoaks yang beredar mengenai MBG memperburuk persepsi masyarakat terhadap program ini. Hoaks tidak hanya berpotensi merusak reputasi program, tetapi juga dapat menimbulkan kebingungan dan keraguan di kalangan masyarakat yang seharusnya mendapatkan manfaat dari program tersebut (Ade Novia Maulana & Vina Devi Setyaningrum, 2022). Salah satu peserta didik di SMKN 1 Jogonalan menyatakan:

“Kalau khawatir MBG-nya beracun gitu iya, tapi kita usaha dulu, kita lihat ini basi apa enggak, dilihat dulu, dicium, dicek berlendir enggak, kalau iya kita lapor ke guru, kalau enggak ya aman berarti.” (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Selain itu, beberapa peserta didik menyatakan bahwa mereka merasa lebih hemat sejak program MBG dimulai karena kebutuhan makan siang sudah terpenuhi. Salah satu peserta didik menyampaikan:

“Alhamdulillah pak, kita jadi jarang jajan, bisa ditabung juga.” (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Perilaku ini menunjukkan bahwa pesan dari program MBG diterima dengan baik, dan efek afektif terhadap peserta didik telah tercapai, yaitu dalam hal penghematan dan perubahan sikap terhadap makanan sehat.

3) Konatif/Behavioral

Efek konatif atau behavioral berfokus pada perubahan niat atau tindakan khalayak, yang umumnya muncul setelah efek kognitif dan afektif terjadi. Sebagian besar peserta didik kini lebih yakin dan mendukung program MBG dengan mengonsumsi makanan yang disediakan hingga habis. Namun, masih ada beberapa peserta didik yang belum sepenuhnya yakin atau mendukung program ini, terutama karena adanya *trust issues* yang dipicu oleh informasi yang tersebar di media sosial. Salah satu peserta didik mengatakan:

“Ada yang nggak mau, katanya takut keracunan, ada yang nggak boleh orangtuanya.” (Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan, 6 November 2025)

Ini menunjukkan bahwa keberhasilan pesan dan komunikasi dalam program MBG belum sepenuhnya tercapai. Masih perlu ada upaya untuk meyakinkan masyarakat dan memastikan keamanan program. Hadi (2023) menjelaskan bahwa maraknya berita tidak benar di masyarakat, termasuk hoaks, tidak hanya berpotensi membingungkan, tetapi juga dapat mengarah pada tindakan yang keliru, yang memengaruhi kehidupan sosial, politik, dan ekonomi masyarakat. Secara keseluruhan, program MBG menghasilkan efek positif pada wawasan, sikap, dan perilaku peserta didik. Namun, efek ini belum sepenuhnya tercapai pada seluruh peserta didik. Oleh karena

itu, diperlukan dukungan yang konsisten dari semua pihak terkait dan upaya untuk meningkatkan keamanan serta transparansi program MBG.

3.1.7 Hambatan dan Strategi Penyelesaian Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG) di SMKN 1 Jogonalan telah didukung oleh sistem komunikasi yang cukup terstruktur antara SPPG Kabupaten Klaten, pihak sekolah, dan peserta didik. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa hambatan dalam proses komunikasi yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan program ini. Hambatan-hambatan tersebut dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 2. Data Hambatan

Unsur Komunikasi	Hambatan
Komunikator	- Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) di SPPG yang bertugas sebagai Humas/Tim Media Sosial - Kurangnya anggaran khusus dalam pengelolaan sosialisasi dan komunikasi - Bergantung pada sekolah dalam penyebaran informasi - <i>Slowrespon</i> Ketika dihubungi oleh pihak sekolah
Pesan	- Kurangnya variasi penyampaian pesan (Infografis, video pendek informatif, hingga poster) - Belum ada modul khusus sebagai pedoman penyampaian informasi dari sekolah kepada peserta didik - Minimnya pesan di <i>Instagram</i>
Saluran	- Laman DIALUR sering <i>error</i>, <i>maintenance</i> dan <i>down server</i> - Keaktifan sekolah dalam pelaporan melalui <i>whatsapp</i> - Kurang memaksimalkan media social terkini seperti <i>tiktok</i>
Komunikan	- Pihak sekolah belum sepenuhnya menyampaikan maksud dan tujuan kepada peserta didik - Peserta didik terpapar informasi yang bias di media sosial
Efek	- Rasa yakin dan aman terhadap MBG belum konsisten pada peserta didik - Perlunya dukungan dari lembaga terkait, sekolah utama terkait penyampaian maksud dan tujuan MBG

Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa strategi dan manajemen komunikasi memainkan peran penting dalam mengoptimalkan program MBG agar lebih terstruktur, sistematis, dan terukur. Komunikasi antara SPPG Lumbung Karya Nusantara dan SMKN 1 Jogonalan terkait program MBG sudah berjalan cukup baik. Namun, dalam konteks teori manajemen komunikasi, pengelolaan bentuk dan isi pesan harus dilakukan dengan lebih sistematis, sebagaimana dijelaskan oleh Fletcher dalam Collins *et al.* (2021), yang menyatakan bahwa manajemen komunikasi adalah pengelolaan bentuk, isi, dan konteks informasi untuk mencapai hasil yang spesifik. Dengan kata lain, keberhasilan komunikasi pemerintah tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada tata kelola dan pemilihan saluran yang tepat untuk menyampaikan informasi secara efektif. Berdasarkan hambatan-hambatan yang ditemukan, penulis mengusulkan beberapa strategi sebagai solusi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi program MBG:

1) Penyusunan Materi Program MBG

Penyusunan materi program MBG sebagai panduan bagi lembaga penerima sangat penting. Materi ini harus disusun secara terstruktur, sistematis, dan terukur. Panduan tersebut harus mencakup alur komunikasi yang jelas dari BGN Pusat, provinsi, kabupaten, SPPG, hingga lembaga penerima MBG. Selain itu, materi harus mencakup informasi dasar seperti dasar hukum, tujuan program,

manfaat, dan sasaran. Penyampaian materi juga perlu dijelaskan baik secara daring maupun luring. Dengan cara ini, setiap lembaga yang bertanggung jawab dapat menjalankan program sesuai dengan petunjuk yang telah ditetapkan, mengurangi ketergantungan pada improvisasi yang berpotensi menimbulkan ketidakteraturan dalam penyampaian dan penerimaan pesan.

2) Peningkatan Kualitas Sistem DIALUR

Untuk mempermudah pelaporan dari lapangan, perlu adanya peningkatan kualitas sistem berbasis web DIALUR. Sistem ini harus dapat diakses dengan lancar dan bebas dari gangguan teknis agar pelaporan berjalan efektif dan efisien.

3) Penambahan Sumber Daya Manusia (SDM) di SPPG

Perlu ada penambahan sumber daya manusia, terutama di bidang administrasi dan kehumasan, untuk mendukung kelancaran komunikasi dan pelaporan program MBG.

4) Pengembangan Konten Digital di Instagram

Konten di Instagram SPPG sudah ada, tetapi perlu lebih informatif dan menyentuh sisi empati masyarakat. Konten seperti dokumentasi penerimaan MBG oleh peserta didik, pesan atau kesan mereka tentang program, serta tujuan dan manfaat program bisa dikemas dengan lebih menarik di media sosial ini.

5) Penambahan Platform Digital seperti TikTok

Penting untuk mempertimbangkan penggunaan platform digital lainnya seperti TikTok untuk memperluas jangkauan dan memastikan konten positif yang mendukung program MBG lebih mendominasi. Ini juga dapat membantu mengurangi isu-isu kepercayaan (*trust issues*) yang mungkin timbul akibat informasi yang salah atau hoaks di media sosial.

6) Pengembangan Sistem Administrasi yang Terintegrasi

Penting untuk mengembangkan sistem administrasi yang terintegrasi antara sekolah, SPPG, BGN Kabupaten, dan BGN Pusat. Ini akan memastikan transparansi terkait pelaksanaan program MBG dan memberikan masyarakat akses yang jelas mengenai data pelaksanaan program.

Penyampaian saran ini diharapkan dapat memperkuat pengelolaan komunikasi dalam program MBG, sehingga program ini dapat terlaksana dengan aman, nyaman, dan terjamin bagi semua pihak yang terlibat. Hal ini akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap program pemerintah, memberikan dampak positif bagi kesehatan, serta meningkatkan kualitas hidup penerima manfaat.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG) di SMKN 1 Jogonalan menghadapi berbagai tantangan dalam hal komunikasi antara pihak pemerintah, sekolah, dan masyarakat. Salah satu masalah utama yang ditemukan adalah kurangnya penyampaian pesan yang jelas dan terstruktur kepada peserta didik dan orang tua mengenai tujuan dan manfaat dari program ini. Meskipun pihak SPPG Lumbung Karya Nusantara Plawikan telah melakukan pendataan dan sosialisasi kepada pihak sekolah, informasi terkait tujuan program belum sepenuhnya disampaikan kepada peserta didik, yang mengarah pada kebingungannya mereka tentang makna program MBG (Suhendra & Selly Pratiwi, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan yang jelas dan tepat sangat diperlukan dalam upaya memastikan pemahaman yang merata di seluruh lapisan masyarakat, khususnya di kalangan peserta didik. Sebagaimana dijelaskan oleh Agustini (2025), keberhasilan suatu kebijakan publik sangat bergantung pada bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima oleh publik. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi memiliki dampak yang signifikan, namun juga membawa tantangan tersendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Pratiwi (2022), media sosial dapat menjadi arena yang rentan terhadap penyebaran hoaks, yang dalam konteks MBG dapat memengaruhi persepsi publik dan menimbulkan kekhawatiran yang tidak berdasar. Penelitiannya menunjukkan bahwa berita hoaks yang menyebar melalui platform seperti TikTok atau Instagram dapat menambah kecemasan masyarakat terkait kualitas dan keamanan makanan yang disediakan dalam program MBG.

Oleh karena itu, penting bagi pihak pemerintah dan sekolah untuk memaksimalkan penggunaan media sosial dengan menyediakan konten yang akurat dan berbasis data yang dapat mengurangi misinformasi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap program ini. Lebih lanjut, hambatan dalam komunikasi antara berbagai instansi pemerintah, terutama antara SPPG dan sekolah, juga teridentifikasi sebagai faktor yang menghambat efektivitas penyampaian pesan. Menurut Allain-Dupré (2018), koordinasi yang buruk antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan lembaga pelaksana dapat menyebabkan kebingungannya masyarakat terkait pelaksanaan kebijakan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dzakiyah *et al.* (2025), yang menyoroti pentingnya sinergi antar instansi dalam menjamin keberhasilan program pemerintah. Dalam hal ini, komunikasi yang efektif antara SPPG dan sekolah sangat penting untuk memastikan informasi yang disampaikan konsisten, jelas, dan tepat sasaran. Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun program MBG memiliki dampak positif dalam meningkatkan gizi peserta didik, masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal komunikasi. Penguatan kapasitas komunikasi di tingkat sekolah dan peningkatan penggunaan media digital yang lebih efektif dapat mempercepat pemahaman masyarakat tentang pentingnya program ini. Sebagaimana dinyatakan oleh Collins *et al.* (2021), manajemen komunikasi yang baik memerlukan pengelolaan pesan yang terstruktur dan penggunaan media yang tepat agar dapat mencapai hasil yang optimal. Oleh karena itu, pengembangan strategi komunikasi yang lebih inklusif dan adaptif sangat diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendukung keberhasilan jangka panjang program MBG.

4. Kesimpulan

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemerintah dalam implementasi Program Makan Bergizi (MBG) di SMKN 1 Jogonalan cukup efektif, terlihat dari adanya perencanaan pesan yang matang, kredibilitas komunikator yang terjaga, serta pemanfaatan media digital yang adaptif. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas program ini. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah sosialisasi yang lebih intensif kepada peserta didik, serta pengelolaan konten media konvensional dan digital yang lebih optimal. Selain itu, evaluasi rutin yang melibatkan berbagai sektor terkait juga sangat diperlukan untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dari kebijakan ini. Rekomendasi utama dari penelitian ini adalah perlunya penguatan kapasitas komunikasi publik, khususnya di tingkat sekolah, yang berfokus pada peningkatan sosialisasi program MBG, literasi digital, perencanaan pesan yang lebih terstruktur, serta manajemen keluhan publik yang lebih responsif. Penguatan tim konten di SPPG juga sangat dibutuhkan untuk mengoptimalkan pembuatan konten yang lebih informatif dan menarik, baik di media konvensional maupun digital. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk mengembangkan model komunikasi partisipatif yang berbasis pada komunitas sekolah, sehingga dapat memperkuat rasa kepemilikan terhadap program MBG di kalangan masyarakat dan peserta didik.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Kepala SPPG lumbung Karya Nusantara Plawikan, Guru, Tenaga Pendidikan dan Peserta Didik SMKN 1 Jogonalan yang telah memberikan waktu dan data dalam proses penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Abidin, Y. Z. (2016). *Komunikasi pemerintah: Filosofi, konsep, dan aplikasi* (Cet. ke-1). Pustaka Setia.
- Ade Novia Maulana, & Setyaningrum, V. D. (2022). Literasi digital dalam mencegah penyebaran konten hoaks pada aparat pemerintah desa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, 1–10.
- Agustini, U. (2025). Efektivitas dan tantangan kebijakan Program Makan Bergizi Gratis sebagai intervensi pendidikan di Indonesia. *Jurnal Kiprah Pendidikan*, 4(3), 362–368. <https://doi.org/10.33578/kpd.v4i3.p362-368>.
- Alfathin Rangkuti, Z., & Ridwan Rangkuti, M. (2021). Komunikasi kebijakan publik dalam implementasi program e-parking Kota Medan. *Kaliyaga Journal of Communication*, 3(2), 141–152. <https://doi.org/10.14421/kjc.32-04.2021>.
- Allain-Dupré, D. (2018). Assigning responsibilities across levels of government: Trends, challenges, and guidelines for policy-makers.
- Amril, A., & Sazali, H. (2024). Formulasi regulasi dan kebijakan komunikasi dalam pelaksanaan program pembangunan: Studi pada program makan bergizi gratis. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Deli Serdang, Indonesia.
- Chaniago, S. H., Purnamasari, H., & Ramdani, R. (2025). Strategi komunikasi pemerintah dalam meningkatkan transparansi keuangan desa Wadas Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 11(1).
- Dzakiah, A. N., Andryandy, T., Raftsaal, F., Kuswanto, H., & Syahrevi, I. (2025). Strategi public relations politik pemerintahan Prabowo dalam Program Makan Bergizi Gratis. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i5.2312>.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Faisal, I. (2021). *Manajemen komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Friesem, Y. (2019). Teaching truth, lies, and accuracy in the digital age: Media literacy as project-based learning. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), 185–198. <https://doi.org/10.1177/1077695819829962>.
- Hadi, M., Sudaramanto, B., Ramadhan, H., & Hidayat, R. (2024). Analisa strategi komunikasi krisis program makan siang gratis. Universitas Sahid Jakarta dan IISIP Jakarta.
- Hadi, S. P. (2023). Pemahaman literasi digital penyebab munculnya hoaks. *Jurnal Karya untuk Masyarakat (JKuM)*, 4(2), 150–160. <https://doi.org/10.36914/jkum.v4i2.962>.
- Hamad, I. (2024). *Perencanaan program komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Jahedi, M., Abdullah, F. S., & Mukundan, J. (2015). An overview of focal approaches of critical discourse analysis. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 2(4), 28–35. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijels.v.2n.4p.28>.
- Nina, H., & Syam, W. (2023). *Konsep dasar dan strategi perencanaan*.

- Nurbani, S. (2023). *Komunikasi antarpribadi*. Universitas Terbuka.
- Pratiwi, I. Y. R. (2022). Hoax news identification using machine learning model from online media in Bahasa Indonesia. *MATRIX: Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 12(2), 58–67. <https://doi.org/10.31940/matrix.v12i2.58-67>.
- Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, K., & Setiawan, A. A. (2024). Optimalisasi teknik wawancara dalam penelitian field research melalui pelatihan berbasis participatory action research pada mahasiswa lapas pemuda kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 135–142. <https://doi.org/10.37640/japd.v4i2.2100>.
- Rahmawati, F., Mulyawan, R., & Afrilia, U. A. (2025). Komunikasi pemerintahan dalam implementasi gerakan aksi bergizi serentak di Sekolah Menengah Atas Karanganyar. Universitas Padjadjaran.
- Ramirez, J. D., & Lepez, C. O. (2023). The social construction of reality. *Salud, Ciencia y Tecnologia - Serie de Conferencias*, 2. <https://doi.org/10.56294/sctconf2023457>.
- Sa'adah, F. (2024). Strategi komunikasi pemerintah dalam mensosialisasikan bantuan pangan. *Journal Of Social Science Research*, 4.
- Sarjito, A. (2024). Free nutritious meal program as a human resource development strategy to support national defence. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(5), 129–141. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.454>.
- Setyawan, E., Rianto, K. W., Sugihartanto, R. A. P., & Ibrahim, M. (2025). Analisis wacana berita hoaks tentang Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menggunakan pendekatan socio-cognitive Teun A. van Dijk. *Jurnal Audiens*, 6(2), 254–277. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i2.607>.
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran komunikasi digital dalam pembentukan opini publik: Studi kasus media sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>.
- Tandoc, E. C., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D., & Wei, L. Z. (2017). Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework. *New Media & Society*, 20(8), 2745–2763. <https://doi.org/10.1177/1461444817731756>.
- Tully, M., Vraga, E. K., & Smithson, A.-B. (2018). News media literacy, perceptions of bias, and interpretation of news. *Journalism*, 21(2), 209–226. <https://doi.org/10.1177/1464884918805262>.
- Yu, W., & Yan, Q. (2024). Reasons to fight: Preliminary results on motivations to combat fake news. *Information Research*, 29(2), 30–49. <https://doi.org/10.47989/ir292596>.