

STRATEGI MEMBANGUN CITRA TPS MELALUI PROGRAM TJSL “ELIMINASI BALITA STUNTING” SURABAYA

Oleh :

Yuniar Putri Ariana¹, Julyanto Ekantoro², Tira Fitriawardhani³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara Surabaya

¹email: yputriariana@gmail.com

²email: julyanto@gmail.com

³email: tirafitri@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 1 Februari 2025

Revisi, 17 Maret 2025

Diterima, 21 April 2025

Publish, 15 Mei 2025

Kata Kunci :

Citra Perusahaan,
Program Eliminasi Balita Stunting,
PT. Petikemas Surabaya.

ABSTRAK

Penelitian ini mengangkat topik permasalahan mengenai strategi membangun citra PT Terminal Petikemas Surabaya melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang berfokus pada eliminasi balita stunting di Kecamatan Krembangan Surabaya. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, citra perusahaan menjadi aset strategis yang penting untuk keberlanjutan dan pertumbuhan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang melibatkan wawancara mendalam dengan pihak terkait, observasi lapangan, serta studi dokumentasi untuk mengumpulkan data yang relevan mengenai pelaksanaan program dan dampaknya terhadap citra perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program eliminasi balita stunting yang dilaksanakan oleh PT Terminal Petikemas Surabaya berhasil menurunkan angka stunting di wilayah tersebut, dengan 18 dari 28 anak yang terlibat dinyatakan bebas stunting setelah mendapatkan intervensi gizi yang tepat. Keberhasilan program ini tidak hanya meningkatkan citra positif PT Terminal Petikemas Surabaya di mata masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, serta mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang pentingnya kolaborasi antara perusahaan dan masyarakat dalam mengatasi masalah sosial, serta menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjadi strategi efektif dalam membangun citra yang baik di mata publik.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



Corresponding Author:

Nama: Yuniar Putri Ariana

Afiliasi: Universitas Bhayangkara Surabaya

Email: yputriariana@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Citra perusahaan memiliki keterkaitan erat dengan publik dan terbentuk melalui opini masyarakat, konsumen, serta pemangku kepentingan. Agung (2024) menegaskan bahwa citra perusahaan mencerminkan persepsi yang terbentuk di masyarakat, sementara Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa citra perusahaan merupakan hasil dari persepsi masyarakat terhadap atribut, nilai, dan identitas perusahaan. Citra ini terbentuk dalam jangka panjang melalui akumulasi pengalaman serta

interaksi dengan publik, dan perusahaan selalu berusaha mempertahankan citra positif karena memberikan banyak keuntungan. Ismaulidina et al. (2020) menemukan bahwa citra positif perusahaan berpengaruh pada niat pembelian, kepercayaan masyarakat, serta dukungan pemangku kepentingan.

Hal ini diperkuat oleh Lengkong et al. (2017) yang menyatakan bahwa citra dan kepercayaan publik sangat penting bagi keberlanjutan perusahaan, karena citra yang baik meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan, investor, serta mitra bisnis.

Perusahaan dengan citra positif lebih mudah diterima oleh pasar dan lebih mampu bertahan dalam kondisi krisis dibandingkan perusahaan yang memiliki citra negatif. Lengkong et al. (2017) juga menjelaskan bahwa dalam masa krisis, masyarakat lebih selektif dalam memilih produk dan cenderung beralih kepada perusahaan yang sudah memiliki reputasi baik.

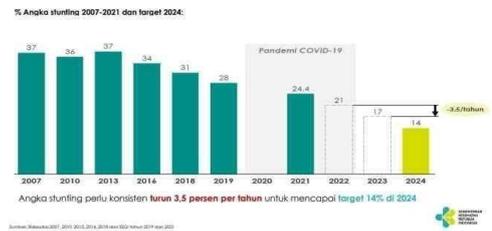
Menurut Robbins (2023), citra perusahaan dapat dijelaskan melalui Goal Setting Theory yang dikembangkan oleh Gene Broadwater, yang menekankan bahwa tujuan perusahaan berpengaruh pada kinerja dan citra yang terbentuk. Anggoro dalam kajian Angga (2009) juga menyatakan bahwa perusahaan dengan citra baik cenderung memperoleh berbagai manfaat seperti hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan pemerintah, risiko krisis yang lebih rendah, loyalitas karyawan yang meningkat, serta kepercayaan yang lebih besar dari pemangku kepentingan. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan bukan sekadar aset reputasi, tetapi juga memiliki dampak strategis terhadap stabilitas dan keberlanjutan bisnis.

Dalam dunia bisnis modern, program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) menjadi salah satu strategi utama dalam membangun citra perusahaan. Iman dan Kristina (2023) menyatakan bahwa TJSL tidak hanya memenuhi kewajiban sosial perusahaan, tetapi juga meningkatkan reputasi dan daya saingnya. Dengan menerapkan TJSL, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat dan menciptakan persepsi publik yang lebih positif. Masita (2018) menambahkan bahwa TJSL dapat memperbaiki hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan serta memberikan manfaat strategis dalam menghadapi tantangan bisnis global. Implementasi TJSL yang baik berkontribusi pada keberlanjutan bisnis dengan menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Dalam konteks kesehatan, stunting menjadi salah satu isu utama yang mendapat perhatian serius dari pemerintah. WHO (2020) mencatat bahwa gizi buruk dan stunting semakin mengkhawatirkan, terutama setelah pandemi Covid-19 yang berdampak pada peningkatan kemiskinan dan pengangguran. Lituhayu et al. (2022) menjelaskan bahwa ketidakmampuan memenuhi kebutuhan pangan menyebabkan berbagai masalah kesehatan, termasuk stunting. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan RI, faktor penyebab stunting meliputi kurangnya asupan gizi, kondisi sosial-ekonomi, rendahnya pendidikan, serta keterbatasan akses terhadap air bersih dan sanitasi. Stunting juga dapat disebabkan oleh infeksi kronis dan penyakit yang dapat dicegah melalui imunisasi. Maesaroh et al. (2022) menyatakan bahwa stunting berdampak pada daya saing nasional, menghambat perkembangan kognitif dan intelektual anak, serta meningkatkan ketimpangan sosial dan ekonomi. Wardani et al. (2023) menambahkan bahwa dampak jangka panjang

stunting mencakup rendahnya produktivitas dan pertumbuhan ekonomi.

Stunting menurun, namun perlu percepatan untuk mencapai target 14% di tahun 2024



Gambar 1 Grafik Penurunan Angka Stunting di Indonesia

Sumber : sehatnegeriku.kemendes.go.id

Grafik menunjukkan bahwa angka stunting di Indonesia mengalami tren penurunan yang positif sejak 2019, dari 28% menjadi 21% pada 2022, dengan target pemerintah mencapai 14% pada 2024. Untuk mencapai target ini, pemerintah telah mengimplementasikan berbagai program seperti Gizi Seimbang, pemberian ASI eksklusif, serta pemanfaatan Posyandu untuk memantau tumbuh kembang balita. Bantuan sosial seperti Program Keluarga Harapan (PKH) juga diberikan untuk meningkatkan status gizi ibu hamil dan anak. Selain itu, program intervensi sensitif mencakup peningkatan akses terhadap air bersih, sanitasi, dan layanan kesehatan. Program Bapak/Bunda Asuh Anak Stunting melibatkan berbagai pihak untuk memberikan edukasi dan bantuan langsung bagi keluarga yang berisiko mengalami stunting.



Gambar 2 Grafik Penurunan Angka Stunting di Kota Surabaya

Sumber : Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2023

Surabaya menjadi salah satu daerah dengan tingkat prevalensi stunting yang sangat rendah. Berdasarkan Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2023, prevalensi stunting di Surabaya turun drastis dari 28,9% pada 2021 menjadi hanya 1,6% pada 2023. Penurunan ini dicapai melalui optimalisasi Puskesmas, edukasi masyarakat, serta pemberian Tablet Tambah Darah (TTD) bagi remaja putri dan ibu hamil. Wali Kota Surabaya, Eri Cahyadi, menargetkan angka zero stunting melalui pendekatan kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Upaya ini menunjukkan bahwa sinergi

berbagai pihak dapat mempercepat penurunan angka stunting.

Peran perusahaan dalam program TJSL sangat krusial dalam mendukung upaya penurunan stunting di Indonesia. PT Terminal Petikemas Surabaya (TPS) sebagai perusahaan di industri pelabuhan menghadapi perubahan identitas setelah merger dalam naungan Pelindo Group. Dalam menghadapi perubahan ini, Departemen Sekretariat PT TPS, khususnya Corporate Communication, menginisiasi program TJSL yang bertujuan untuk membangun citra baru perusahaan melalui kontribusi nyata dalam bidang kesehatan dan gizi masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memahami pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Terminal Petikemas Surabaya (TPS) serta dampaknya terhadap citra perusahaan. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan persepsi masyarakat serta pemangku kepentingan terkait

Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak perusahaan dan masyarakat penerima manfaat, observasi langsung terhadap pelaksanaan program, serta studi dokumentasi berupa laporan tahunan dan publikasi media. Kombinasi metode ini digunakan untuk memperoleh informasi yang komprehensif

Analisis data dilakukan dengan metode interaktif yang mencakup reduksi data, penyajian data dalam bentuk tabel atau diagram, serta penarikan kesimpulan berdasarkan temuan yang dibandingkan dengan teori terkait. Pendekatan ini memastikan hasil penelitian lebih sistematis dan valid.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Membangun Citra PT Terminal Petikemas Surabaya

Menurut Sutojo (2004: 33), citra adalah persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan, dan menjangkau seluruh masyarakat dinilai kurang efektif. Oleh karena itu, PT Terminal Petikemas Surabaya fokus pada kelompok masyarakat yang berpengaruh bagi keberlangsungan bisnisnya pascamerger 2021 melalui program "Eliminasi Balita Stunting." Sebelum menjalankan program, PT Terminal Petikemas Surabaya menyusun strategi berdasarkan tiga tahapan dasar (Sutojo, 2004): menentukan kelompok sasaran, meninjau faktor penunjang keberhasilan, serta koordinasi internal. Pada tahap pertama, perusahaan menetapkan tiga sub tahapan: (1) memilih Kecamatan Krembangan (area ring 1) sebagai segmen sasaran, (2) melakukan riset pasar untuk memastikan pandangan positif masyarakat, dan (3) membagi kelompok sasaran bersama pihak kecamatan, yakni masyarakat kurang mampu dan balita stunting. Lebih lanjut, upaya

menanggulangi stunting perlu dilakukan secara terpadu, mulai dari pemenuhan gizi dan ASI eksklusif hingga sanitasi yang memadai dan peningkatan kesadaran masyarakat (Tasmat et al., 2023).

Tabel 1 Sasaran Intervensi Gizi Sensitif

Intervensi Gizi Sensitif dan Jenis Intervensi	Program/Kegiatan Intervensi
Peningkatan penyediaan air minum dan sanitasi	Akses air minum yang aman dan akses sanitasi yang layak
Peningkatan akses dan kualitas pelayanan gizi & kesehatan	Akses pelayanan Keluarga Berencana (KB), Akses Jaminan Kesehatan (JKN), Akses bantuan uang tunai untuk keluarga kurang mampu (PKH)
Peningkatan kesadaran, komitmen & praktik pengasuhan gizi ibu anak	Penyebarluasan informasi melalui berbagai media, penyediaan konseling pengasuhan untuk orang tua, penyediaan akses Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), kegiatan promosi stimulasi anak usia dini, pemantauan tumbuh kembang anak, kegiatan pemberdayaan perempuan & anak, penyediaan konseling kesehatan & reproduksi untuk remaja, dan penyediaan konseling perubahan perilaku antar pribadi
Peningkatan akses pangan bergizi	Akses bantuan non-pangan (BPNT) untuk keluarga kurang mampu, akses kegiatan kawasan rumah pangan lestari, penguatan regulasi mengenai label dan iklan pangan, dan akses fortifikasi bahan pangan

Program penanganan stunting PT Terminal Petikemas Surabaya (TPS) bersama Kecamatan Krembangan dan RS PHC Surabaya, yang berakhir pada Juni 2024, berhasil membebaskan 18 dari 28 balita asuh (rspc.ihc.id,2024). Krembangan pun ditetapkan sebagai wilayah zero stunting, sejalan dengan data SSGI 2023 yang mencatat prevalensi stunting di Surabaya hanya 1,6%. Keberhasilan ini mendongkrak citra "eksklusif" TPS; dengan investasi Rp179,54 juta, total manfaat mencapai Rp1,62 miliar (rasio SROI 1:9). Koordinasi internal dan evaluasi berkala turut memastikan efektifnya program serta membuka peluang pengembangan di masa mendatang.

Tahapan TJSL PT Terminal Petikemas Surabaya
PT Terminal Petikemas Surabaya melaksanakan TJSL melalui empat tahapan utama. Pertama, fact finding: perusahaan mengumpulkan data tentang prevalensi stunting di wilayah sekitar, termasuk kondisi gizi balita dan faktor sosial ekonomi.

Kedua, perencanaan: dirancang program terintegrasi meliputi edukasi gizi, distribusi suplemen, serta peningkatan fasilitas sanitasi dan kesehatan, bekerja sama dengan Puskesmas Kecamatan Krembangan, RS PHC Surabaya, dan kader kesehatan. Ketiga, komunikasi: perusahaan menyampaikan tujuan program kepada masyarakat, puskesmas, serta pemerintah, dan mendorong partisipasi aktif melalui sosialisasi, media sosial, dan penyuluhan.

Terakhir, evaluasi: dilakukan pemantauan penurunan angka stunting serta perubahan perilaku

gizi masyarakat dengan melibatkan tenaga medis. Hasil evaluasi menjadi acuan untuk penyempurnaan program di masa mendatang, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan anak-anak di sekitar wilayah operasional perusahaan.

Program Eliminasi Balita Stunting

Program "Eliminasi Balita Stunting" PT Terminal Petikemas Surabaya (TPS) berlangsung dari Juli 2023 hingga Juni 2024, menargetkan 11 balita asuh. Melalui kolaborasi dengan mitra, program ini memberikan pemeriksaan kesehatan, vitamin, susu, serta edukasi gizi bagi orang tua. Penerapan teori fungsionalisme struktural menunjukkan bahwa program ini berfungsi sebagai bagian dari sistem sosial yang saling melengkapi, dengan pemerintah menetapkan kebijakan dan perusahaan sebagai mitra pendukung.

Data mengenai balita stunting diperoleh dari Kecamatan Krembangan, yang menjadi lokasi program karena kedekatannya dengan TPS. Program ini tidak hanya bertujuan menekan angka stunting, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan melalui kontribusi sosial yang nyata. Berikut merupakan daftar peserta balita yang telah diasuh oleh penggerak program ini :

Tabel 2 Peserta Balita Stunting Kecamatan Krembangan

No	Nama
1	Almetha Claudya
2	Muhammad Irsyad Mauza Alfarizi
3	Netya Khayliya Adieska
4	Bagas Saputra
5	Raisya Aqila Al Rizky
6	Aqila Putri Rhamdani
7	Muhammad Jibril As-Syafiq
8	Kenzie Fachrul Haidar
9	Muhammad Hasan Alfatih
10	Muhammad Rayyan Rafisqy
11	Fatimatus Zahro
12	Muhammad Rafasya
13	Almahyra Anindyaswari
14	Salsabila Azzahra Ardiyansyah
15	Rafan Althaf Mauza
16	Mirza Abdillah Hanif
17	Farhatu Sholihah
18	Neima Jannatul Fadhillah
19	Danish Ahmad Faishal
20	Anindya Kesha
21	Haris Ahmad
22	M. Erdogen
23	M. Asyraf Jayyan
24	Jihan Najla Abiah
25	Zainul Qolbi
26	Rizky Al Kautsar

27	Atiqah Humayra Hadi
28	Neo Achmad

PT Terminal Petikemas Surabaya (TPS) menangani stunting melalui program TJSL dengan melibatkan RS PHC, Puskesmas Dupak, dan kader kesehatan. Dari data puskesmas, dipilih 11 balita pada 2023 dan 7 balita pada 2024 untuk mendapat pemeriksaan rutin, vitamin, susu, serta kudapan bergizi. Orang tua juga diberi edukasi gizi melalui penyuluhan berkala. Program ini menetapkan batas usia bebas stunting maksimal 5 tahun dan terus berlanjut dengan kuota baru. TPS berkomitmen mendukung penurunan angka stunting melalui kolaborasi lintas sektor. Proses pemeriksaan ini sesuai dengan hasil wawancara dan juga laporan evaluasi program stunting 2023-2024 sebagai berikut:

Tabel 3 Jadwal Pemeriksaan Rutin Bulanan

No	Tahun	Bulan	Lokasi
1	2023	Juli	RS. PHC
2		Agustus	Puskesmas Dupak
3		September	Terminal Petikemas Surabaya
4		Oktober	RS. PHC
5		November	Puskesmas Dupak
6		Desember	Terminal Petikemas Surabaya
7	2024	Januari	RS. PHC
8		Februari	Terminal Petikemas Surabaya
9		Maret	Kecamatan Krembangan
10		April	Terminal Petikemas Surabaya
11		Mei	Puskesmas Dupak
12		Juni	RS. PHC

Program eliminasi balita stunting TPS mencakup pemeriksaan bulanan dan home visit untuk evaluasi langsung. Home visit dilakukan pada 8 Mei 2024 guna mengidentifikasi kendala, seperti keterbatasan transportasi yang menghambat kehadiran balita saat pemeriksaan. Tim TPS juga mewawancarai orang tua untuk menyesuaikan asupan gizi dan meningkatkan kualitas kudapan. Evaluasi ini bertujuan memastikan balita tumbuh sehat dan mencapai berat serta tinggi ideal. TPS juga mempertimbangkan dukungan transportasi bagi peserta untuk memastikan kelancaran program.

Penerapan Teori Penetapan Tujuan

Penerapan Goal Setting Theory dalam program eliminasi balita stunting PT Terminal Petikemas Surabaya (TPS) berfokus pada tujuan yang spesifik, tantangan yang memotivasi, serta evaluasi berkelanjutan. Berdasarkan teori Broadwater, TPS menetapkan tujuan jelas dan terukur, yaitu mengurangi angka stunting di Kecamatan Krembangan melalui program TJSL.

Spesifikasi tujuan meliputi pemilihan sasaran, perencanaan kegiatan, serta indikator keberhasilan yang terukur. Tantangan dan motivasi muncul dari kendala seperti balita dengan penyakit bawaan dan kesulitan koordinasi, namun TPS tetap berupaya agar program berjalan efektif. Umpan balik dari peserta program, termasuk testimoni positif dan hasil SROI, menunjukkan dampak nyata bagi masyarakat serta peningkatan citra perusahaan. Keberhasilan ini membuktikan bahwa program TJSL TPS

berkontribusi signifikan dalam penanggulangan stunting dan pembangunan sosial.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis strategi PT Terminal Petikemas Surabaya dalam membangun citra perusahaan melalui program TJSL eliminasi balita stunting di Kecamatan Krembangan. Hasilnya menunjukkan bahwa intervensi gizi seperti pemberian susu, vitamin, dan makanan bergizi berhasil membantu 18 dari 28 anak bebas stunting, membuktikan efektivitas program dalam meningkatkan kesehatan masyarakat.

Kolaborasi dengan Puskesmas dan kader kesehatan turut memperkuat pelaksanaan program serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa TJSL yang terencana dengan baik tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga memperkuat citra dan daya saing perusahaan. Keberhasilan ini mendorong perlunya keberlanjutan program serupa untuk mendukung kesejahteraan masyarakat.

Saran

1. Program eliminasi balita stunting sebaiknya diperluas ke satu kecamatan tambahan untuk menghindari zero stunting sebelum program selesai
2. PT Terminal Petikemas disarankan untuk mengaktifkan kembali media sosial, terutama YouTube, guna menjangkau lebih banyak kalangan dan meningkatkan citra perusahaan.
3. Pelaksana program disarankan meningkatkan frekuensi home visit, dari yang semula tiga bulan sekali menjadi satu bulan sekali, sebagai bentuk dukungan bagi balita dan orang tua mereka.

Pemerintah perlu lebih fokus dalam menangani kasus balita stunting serta memperkuat kolaborasi dengan berbagai civitas akademika di Surabaya untuk mempercepat penanganan masalah ini.

5. REFERENSI

- Agung. (2024). Pentingnya menjaga citra perusahaan The importance of maintaining the company's image. *LANDMARK: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 37–42.
- Ahyani, R., & Puspitasai, W. (2019). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(2), 245–262. <https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5479>
- Akanpaadgi, E. (2023). Corporate social responsibility and business practices. *Journal*

of Human Resource and Sustainability Studies, 11, 138–146. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2023.111009>

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Astutik, M., Rahfiludin, M. Z., & Aruben, R. (2018). Faktor risiko kejadian stunting pada anak balita usia 24-59 bulan (Studi kasus di wilayah kerja Puskesmas Gabus II Kabupaten Pati Tahun 2017). *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e- Journal)*, 6(1), 409. <https://doi.org/10.1234/jkm.v6i1.409>
- Creswell, John W. dan Creswell, J. David. (2021). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mix Methode Approaches*. Fifth Edition. California: SAGE Publications.
- Elvadri, A. B., Karimah, A. U., Midaria, I. U., Shela, J. D., Deden, M., Adhani, M., & Susanti, N.M. (2023). Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) Pada PT. Pertamina dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 223–231. <https://doi.org/XX..XXXXX/wanargi>
- Ghozali, I., & Anis Chariri. (2020). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, P., & Maharani, N. K. (2021). Effect of environmental performance, company size, and profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures. *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(1), 121–133.
- Iman, A. N., & Kristina, D. (2023). Implementasi kebijakan tanggung jawab langsung sosial dan lingkungan pada AirNav Indonesia cabang MATSC (Makassar Air Traffic Service Center). *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(1), 62
- Ismaulidina, I., Hasibuan, E. J., & Hidayat, T. W. H. W. (2020). Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(1). <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.175>
- International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000:2010 - Guidance on social responsibility*. International Organization for Standardization. <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
- Jefkins, F. dan D. Y. (2018). *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kementerian Kesehatan. (2017). *Buku saku desa dalam penanganan stunting*.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kotler, P. dan Keller, K. (2012). *Principles Of Marketing*. Prentice Hall, New Jersey Kotler,

- P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Ladyve, G. M. (2020). Pengaruh kinerja lingkungan, biaya lingkungan, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018 [Skripsi, Universitas Islam Malang]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2017). Strategi public relations dalam pemulihan citra perusahaan (Studi kasus rumah makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna*, VI(1).
- Maesaroh, M., Lituhayu, D., & Dwimawanti, I. H. (2022). Coordination Between Actors in Handling Stunting in Pemasang District. *Proceedings of the 6th International Conference on Social and Political Enquiries, ICISPE 2021, 14- 15 September 2021, Semarang, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.14-9-2021.2321366>
- Masita. (2018). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap citra perusahaan BNI Syariah cabang Kota Palopo [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo]. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Orlitzky, Marc & Benjamin, John. (2001). Corporate Social Performance and Firm Risk: A Meta-Analytic Review. *Business & Society - BUS SOC.* 40. 369-396. [10.1177/000765030104000402](https://doi.org/10.1177/000765030104000402).
- Rumlah, S. (2022). Masalah sosial dan solusi dalam menghadapi fenomena stunting pada anak. *KRINOK: Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP Universitas Jambi*, 1(3), 83–91.
- Setiawan, Beny, dan H. Nurcahyanto. (2020). Analisis Peran Stakeholders Dalam Implementasi Kebijakan Penanggulangan Angka Kematian Ibu Studi Kasus Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(2).
- Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan. Damar Mulia Pustaka, Jakarta Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan*
- Terbatas. (2007). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106. Sekretariat Negara*.
- Wardhani, L., Maesaroh, & Widowati, N. (2023). Peran stakeholder dalam percepatan penurunan stunting di Kelurahan Tanjung Mas Kota Semarang.
- World Health Organization. (2016). *Stunted growth and development: Context, causes and consequences*. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/stunte>
- d-growth-and-development-context-causes-and-consequences.