

PROMOSI KESEHATAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA EDUKASI

Olga Jadha Casmira¹⁾, Bagoes Widjanarko²⁾, Ani Margawati³⁾

^{1,2,3}Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Soedarto
No.1269, Tembalang, Semarang, 50275

*E-mail: olgajdcm@gmail.com

Abstract

How to present and convey information can be through various media, but to determine which media is more effective, one that touches or deals directly with the community is Instagram. Instagram social media shows that creatively packaged photo communication is an important factor in attracting attention. The Instagram social media application that contains photos/images and can be shared is proven to have a strong correlation in influencing interest. This study aims to see the effect of health promotion through social media Instagram as a means of education. In connection with this, the researcher wanted to see if Instagram showed any influence in health promotion through social media. The efforts made by researchers recommend that Instagram be used as a medium for discussion and education, as well as a medium for influencing and making policies.

Keywords: Promotion, Social Media Instagram, Education

Abstrak

Cara menyajikan dan menyampaikan informasi bisa melalui berbagai media akan tetapi untuk menentukan media mana yang lebih efektif ialah yang menyentuh atau berhubungan langsung dengan masyarakat salah satunya instagram. media sosial Instagram menunjukkan bahwa komunikasi foto yang dikemas secara kreatif menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam menarik perhatian. Aplikasi media sosial Instagram yang berisi foto/gambar dan bisa dibagikan terbukti memiliki korelasi yang kuat dalam memengaruhi minat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh promosi kesehatan melalui media sosial instagram sebagai sarana edukasi. Sehubungan dengan itu peneliti ingin melihat apakah instagram menunjukkan adanya pengaruh dalam promosi kesehatan melalui media sosial. Adapun upaya yang dilakukan peneliti merekomendasikan instagram difungsikan sebagai media diskusi dan mendidik, juga sebagai media dalam mempengaruhi dan membuat kebijakan.

Kata Kunci: Promosi, Media Sosial Instagram, Edukasi

PENDAHULUAN

Promosi kesehatan memiliki potensi yang kuat untuk memberikan pengaruh pada tingkat pengetahuan dimasyarakat. Media sosial saat ini menjadi alat penting untuk menyebarkan pengetahuan, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan kebiasaan kesehatan. Media sosial dapat membantu pendidik dan pelajar kesehatan untuk mengedukasi masyarakat secara tepat guna (Mohammed *et al.*, 2021). Cara menyajikan dan menyampaikan informasi bisa melalui berbagai

media seperti pada umumnya tenaga kesehatan sering memberikan promosi kesehatan terkait pentingnya kesehatan bagi masyarakat dengan melakukan penyuluhan langsung, membagikan informasi kesehatan melalui media cetak seperti poster dan lain-lain, atau melalui kunjungan dari rumah ke rumah, akan tetapi untuk menentukan media mana yang lebih efektif ialah yang menyentuh atau berhubungan langsung dengan masyarakat contohnya media sosial salah satunya instagram. sosial media Instagram memperlihatkan bahwa komunikasi dalam bentuk foto yang disajikan secara kreatif menjadikan instagram memiliki salah satu faktor penting dalam menarik perhatian masyarakat penggunaan media sosial. Aplikasi media sosial salah satunya Instagram menonjolkan foto atau gambar yang bisa dibagikan dalam sebuah penelitian sebelumnya terbukti mempunyai korelasi yang kuat dalam memberikan pengaruh terutamanya dalam minat masyarakat (Indika & Jovita, 2017).

METODE PENELITIAN

Metode untuk menyusun informasi artikel ini dengan melakukan pencarian sumber artikel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan, yaitu jurnal yang bersumber dari google scholar dan sinta dengan penerbitan 10 tahun terakhir dengan topik serupa yaitu promosi kesehatan melalui media sosial instagram sebagai sarana edukasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi media sosial Instagram dapat digunakan sebagai sarana edukasi dilihat atas penilaian pengelolaan media instagram berdasarkan dimensi *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection* (Indika & Jovita, 2017). Dalam hal ini memperlihatkan ada pengaruh signifikan antara sosial media Instagram terhadap minat masyarakat, Instagram menunjukkan dimana komunikasi yang disajikan dengan kreatif menjadi faktor cukup penting untuk menarik perhatian masyarakat

Berikut beberapa hasil kajian dari berbagai jurnal terkait dengan promosi kesehatan melalui media sosial instagram sebagai sarana edukasi.

a. Penelitian *Usage of Social Media For Health Awareness Purposes Among*

Health Educators And Students In Saudi Arabia (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial untuk tujuan kesadaran kesehatan di kalangan pendidik promosi kesehatan dan siswa di Arab Saudi. Metodeologi menggunakan studi cross-sectional yang dirancang untuk menilai penggunaan media sosial bagi kesadaran Siswa kesehatan di kalangan pendidik kesehatan dan siswa di Arab Saudi. 99% peserta menggunakan media sosial untuk tujuan umum yaitu : YouTube sebanyak 1 %, LinkedIn sebanyak 1 %, Facebook sebanyak 2 %, Telegram sebanyak 11 %, Instagram sebanyak 71 %, Twitter sebanyak 78 %, Snapchat sebanyak 80%, dan WhatsApp sebanyak 88 %. 59% sedangkan peserta menggunakan platform media sosial untuk tujuan kesadaran kesehatan yaitu : Twitter sebanyak 36%, WhatsApp sebanyak 15%, Snapchat sebanyak 3%, Instagram sebanyak 1%, LinkedIn sebanyak 1%, Telegram sebanyak 1%, YouTube sebanyak 0%, Facebook sebanyak 0%. dan Lebih dari separuh peserta berpendapat bahwa penggunaan media sosial sangat penting untuk meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat, memfasilitasi akses ke publik, meningkatkan konten kesehatan berbahasa Arab, dan mengoreksi informasi palsu. 41% peserta tidak memanfaatkan media sosial untuk kesadaran kesehatan karena tidak mempercayai informasi kesehatan online (Mohammed *et al.*, 2021).

Penggunaan media sosial oleh pendidik kesehatan dan siswa mengungkapkan bahwa lebih dari separuh peserta menggunakan platform ini untuk tujuan kesadaran kesehatan di Arab Saudi. Mereka percaya bahwa jaringan ini adalah alat penting untuk menyebarkan pengetahuan, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan kebiasaan kesehatan (Mohammed *et al.*, 2021). Hasil penelitian ini dapat membantu pendidik dan siswa kesehatan untuk menggunakan media sosial secara tepat dalam mengedukasi masyarakat Arab Saudi untuk meningkatkan kesehatan masyarakat dan mengelola beban penyakit yang mempengaruhi mereka.

- b. Penelitian *The Impact of Social Media on Dental Practice Promotion And Professionalism Amongst General Dental Practitioners And Specialists In Ksa (2021)*

Penelitian ini menilai pola penggunaan media sosial dikalangan dokter gigi umum dan dokter spesialis di KSA. penelitian ini mengevaluasi preferensi media sosial dari kelompok yang dipilih untuk mempromosikan praktik mereka, dan tingkat profesionalisme mereka saat menggunakan media sosial. Dengan kuesioner elektronik yang dikembangkan dan diberikan kepada semua dokter gigi dan spesialis yang terdaftar di KSA melalui platform Saudi Dental Association. Kuesioner terdiri dari item tertutup dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya yang mencakup demografi, alasan menggunakan media sosial, dan cara jejaring sosial dapat memengaruhi profesionalisme (Bahabri, 2021).

Sebanyak 238 dokter gigi umum dan spesialis dari berbagai kelompok umur menjawab kuesioner. Data yang didapatkan mengungkapkan bahwa 41% responden menggunakan media sosial secara merata untuk tujuan pribadi, profesional, dan bisnis. Instagram adalah platform media sosial yang paling umum digunakan untuk promosi praktik dokter gigi, dan juga dianggap sebagai platform paling kuat oleh semua responden ($p < 0,0009$). 34% responden jarang memposting kasus klinis mereka sendiri di media sosial. Namun, perbedaan yang signifikan diamati antara spesialisasi ($p < 0,01$).

Dari penelitian ini dapat disimpulkan penggunaan media sosial yang tidak tepat dapat menyebabkan masalah etika mengenai kerahasiaan pasien dan perlindungan data yang dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap profesionalisme dokter gigi. Oleh karenanya, pedoman dan kebijakan harus dibuat untuk mengatur penggunaan media sosial oleh praktisi gigi dalam berbagi data klinis.

c. Penelitian Penggunaan Media Sosial selama Pandemi Covid-19 dalam Promkes di RS Tangerang (2021)

Dalam penelitian di RS Tangerang memiliki tujuan untuk melihat penggunaan media sosial dalam promosi kesehatan selama terjadi pandemi Covid-19 di RS Tangerang. menggunakan metode deskriptif kuantitatif menggunakan sampel seluruh rumah sakit yang berlokasi di Tangerang dimana ada sebanyak dua puluh rumah sakit. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang didapat melalui hasil pencarian

internet pada setiap media sosial yaitu terdiri dari Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok, juga dari media social lain seperti E- mail, Spotify, juga Website (Vionita & Prayoga, 2021).

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil dimana mayoritas rumah sakit di Tangerang bertipe C sebanyak 16 rumah sakit atau sebanyak 80%. Menggunakan media sosial sebagai media promosi kesehatan oleh beberapa rumah sakit yang berada diwilayah Tangerang lebih dominan menggunakan Website pada urutan pertama diikuti Intagram pada urutan ke dua, lalu E-mail pada urutan ketiga, serta Facebook pada urutan keempat. Salah satunya RS St. Carolus Summarecon Serpong merupakan rumah sakit yang mempostingan terbanyak diInstagram. Postingan dari rumah sakit tersebut merupakan promosi kesehatan yang berkaitan dengan pandemi covid-19. Di salah satu RS dalam promosi kesehatan juga diadakan pemberian hadiah di akhir acara sehingga Instagram rumah sakit disukai sebanyak 16.884 kali juga ada 1.890 di salah satu postingannya.

Dalam masa penelitian penggunaan media sosial memiliki potensi untuk promosi kesehatan dikarenakan Instagram dan Website ialah media sosial yang dominan digunakan oleh beberapa rumah sakit di wilayah Tangerang sebanyak enam belas rumah sakit menggunakan Website juga 14 rumah sakit menggunakan Instagram dimana 80% atau 16 rumah sakit merupakan rumah sakit bertipe C. Promosi kesehatan dengan adanya pemberian hadiah di akhir acara meningkatkan minat masyarakat.

d. Penelitian Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce

Pada penelitian ini adalah untuk melihat factor-faktor pada iklan di media sosial Instagram yang mempengaruhi minat membeli melalui e-commerce. Pendekatan yang dilakukan adalah mixed-methods melalui wawancara, , tinjauan pustaka survey, dan focus group discussion. Perusahaan e-commerce dapat meningkatkan transaksi e-commerce dengan mengoptimalkan faktor-faktor tersebut dalam strategi komunikasi pemasarannya (Erick Hartawan 2021). Dalam penelitian ini memperlihatkan pengaruh faktor promosi, seperti gambar juga informasi di iklan Instagram

terhadap minat pembelian melalui e-commerce.

e. Penelitian Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting(2020)

Bertujuan untuk melihat penggunaan media sosial sebagai media edukasi parenting dikalangan ibu muda yang mulai berubah seiring zaman, Jika dahulu orang-orang yang baru menjadi seorang ibu berpatokan kepada pengalaman hidup sebelumnya yaitu bagai mana cara orang tuanya mengasuh mereka. Saat ini edukasi mengenai pengasuhan / parenting telah berpindah dari media offline menuju media online(Sari & Basit, 2020).

Pada penelitian ini metode yang digunakan ialah kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Adapun objeknya ialah pengikut media sosial instagram @parentalk.id. Subjek penelitian ialah postingan yang ada di akun media sosial instagram @parentalk.id. Instagram sebagai media edukasi utamanya mengenai parenting dalam mencari informasi oleh pengikut akun media sosial instagram @parentalk.id membuahakan respons afektif (emosi), kognitif (informasi), dan behavioral (tindakan) dari pengikutnya.

f. Penelitian Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen (2017)

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah media sosial yang digunakan Floating Market memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Pendekatan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode kuantitatif disesuaikan dengan tujuan dan variabel penelitian. Penilaian atas pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan oleh manajemen Floating Market dilihat berdasarkan dimensi Context, Communication, Collaboration, dan Connection. Pengukuran minat beli diukur berdasarkan tingkat attention, desire, dan interest (Indika & Jovita, 2017).

Hasil penelitian pada media sosial Instagram menunjukkan bahwa bentuk komunikasi di instragram yang berupa gambar-gambar menjadikannya faktor penting untuk menarik perhatian konsumen pergi ke tempat wisata. Aplikasi Instagram yang berisi gambar-gambar dan bisa dibagikan terbukti memiliki korelasi yang kuat untuk mempengaruhi minat konsumen. Dari

penelitian ini memperlihatkan adanya pengaruh signifikan antara media sosial Instagram terhadap minat beli pengunjung.

g. Penelitian Social Media Recruitment For Mental Health Research : A Systematic Review

Media sosial memiliki peluang menarik untuk memajukan penelitian kesehatan mental, namun, sejauh mana efek yang akan diberikan dalam platform media sosial saat ini belum diteliti lebih jauh. Tinjauan pustaka dilakukan dengan menggunakan MEDLINE, EMBASE, dan PsychINFO. Hanya menggunakan naskah non-duplikat yang ditulis dalam bahasa Inggris dan diterbitkan antara 1/1/2004- 3/31/2019 dipilih untuk penyaringan lebih lanjut. Data yang diekstraksi termasuk jenis dan desain studi, kriteria inklusi peserta, platform media sosial, strategi periklanan, fiukuran sampel akhir yang direkrut, lokasi rekrutmen, tahun, insentif moneter, perbandingan dengan metode rekrutmen lain jika dilakukan, dan fibiaya akhir perpeserta (Sanchez *et al.*, 2020).

Sebanyak 176 studi unik yang menggunakan media sosial ditinjau untuk perekrutan penelitian kesehatan mental. Mayoritas penelitian adalah cross-sectional yaitu sebanyak (62,5%) direkrut dalam desain yang merupakan orang dewasa. Facebook merupakan platform rekrutmen pilihan (92,6%), dengan penggunaan iklan berbayar menjadi strategi yang dominan (60,8%). Dari studi yang ditinjau, penyalah gunaan zat (43,8%) dan gangguan mood (15,3%) adalah subjek utama penyelidikan. Dalam 68,3% studi, rekrutmen melalui media sosial sebaik atau lebih baik daripada metode rekrutmen tradisional dalam jumlah dan biaya fipeserta yang terdaftar. Mayoritas penelitian menggunakan Facebook untuk perekrutan dengan biaya rata-rata perfi peserta studi yang direkrut terakhir sebesar \$19,47. Dalam 55,6% studi, rekrutmen media sosial merupakan metode rekrutmen yang lebih hemat biaya jika dibandingkan dengan metode tradisional (misalnya, rujukan, surat).

Media sosial tampaknya menjadi alat rekrutmen yang efektif dan ekonomis untuk penelitian kesehatan mental. Platform ini menimbulkan masalah metodologis dan privasi yang tidak tercakup dalam peraturan penelitian saat ini yang memerlukan pertimbangan tambahan.

h. Penelitian Pengaruh Promosi Kesehatan Terhadap PHBS Pada Tatanan Rumah Tangga Di Desa Batu Godang Tahun 2019

Dimana penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi kesehatan terhadap perubahan PHBS Pada Tatanan Rumah Tangga di Desa Batu Godang. Penelitian ini adalah Quasy-Eksperiment (pre-experimental designs). Rancangan penelitian menggunakan one group pretest-posttest, dalam penelitian ini tidak ada kelompok pembanding/control, akan tetapi sebelumnya sudah dilakukan observasi pertama/pretest yang dimana memungkinkan peneliti dapat menguji perubahan yang akan terjadi setelah adanya eksperimen atau posttes (LUBIS, 2019).

Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan uji statistik diperoleh nilai p signficancy yaitu $0,489 > 0,05$, yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antar promosi kesehatan terhadap PHBS pada tatanan rumah tangga di Desa Batu Godang.

i. Penelitian Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi (2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik penggunaan media sosial dalam hal ini WhatsApp juga memahami pemanfaatan WhatsApp tersebut pada WhatsApp group FEI yang berfungsi sebagai media dalam komunikasi dalam FEI. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dengan menganalisis, melakukan deskripsi, melakukan pencatatan, dan melakukan interpretasi situasi yang ada dalam Group FEI (Sukrillah, 2017).

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan dimana memanfaatkan WhatsApp di group FEI memiliki dampak yang sangat besar. Selain itu WhatsApp group memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi, juga berfungsi sebagai media untuk melakukan diskusi dan memberikan pendidikan, sebagai media hiburan, juga media untuk mempengaruhi dan melakukan pembuatan kebijakan di lingkungan Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda Bogor.

j. Penelitian Penggunaan dan Implikasi Media Sosial Terhadap Remaja

Generasi Z (2016)

Diman penelitian ini memiliki tujuan untuk menerka penggunaan sosial media dan implikasinya pada gen Z. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Sampel : 750 Responden remaja generasi Z, Penelitian ini bersifat deskriptif analitik dengan desain penelitian cross sectional study Teknik sampling: random sampling Dengan membagikan kuesioner. Hasil kajian mendapati, media sosial digunakan secara meluas oleh remaja generasi Z dengan berbagai tujuan, selain itu penggunaan media sosial didapati bukan hanya membawa implikasi yang positif tetapi juga negatif kepada remaja(Jamiah *et al.*, 2016).

Dari hasil kajian mendapatkan kesimpulan dimana sosial media yang digunakan secara meluas oleh remaja generasi Z dengan berbagai tujuan. Disamping itu, penggunaan sosial media tidak hanya membawa implikasi yang positif akan tetapi juga implikasi negatif pada remaja. Karena itu penelitian ini juga membahas strategi khusus untuk remaja dalam hal konteks penggunaan sosial media.

SIMPULAN

Studi ini menyimpulkan beberapa hal berdasarkan literatur review dari beberapa jurnal dengan topik promosi kesehatan melalui media sosial instagram sebagai sarana edukasi, diantaranya :

1. Pengguna media sosial sebagai fasilitas dalam promosi kesehatan melalui media sosial mulai digunakan secara meluas, platform media sosial Instagram sudah banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran kesehatan dan edukasi. penelitian terhadap media sosial instagram menunjukkan bahwa komunikasi merupakan faktor yang memiliki peranan penting untuk menarik perhatian masyarakat. Dimana sosial media seperti instagram ini menampilkan gambar-gambar yang dapat dibagikan telah terbukti dari penelitian ini memiliki korelasi yang kuat untuk mempengaruhi minat masyarakat.
2. Menyampaikan informasi melalui media sosial sangat penting untuk meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat terutamanya Instagram selain

dapat memuat foto, video dan tulisan peneliti merekomendasikan instagram difungsikan sebagai media diskusi dan mendidik, juga media sosial berfungsi dalam mempengaruhi dan sebagai wadah dalam membuat kebijakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro yang telah memfasilitasi penulisan dalam pelaksanaan penelitian ini dan semua instansi maupun perseorangan yang telah memberikan dukungan moril maupun materil.

DAFTAR PUSTAKA

- Erick Hartawan, Delfin Liu, Marc Richardo Handoko, Geraldo Evan, Handyanto Widjojo (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8, 217-228. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33853>. Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Jamiah, M., Mohd Rezal, H., Aizan Sofia, A., Nurul Nabila, M. I., Fazilah, I., Salasiah Hanin, H., Noordeyana, T., Arena, C. K., Norul Huda, S., Salina, N., & Nor Jana, S. (2016). International Conference On Social And Economic Development (ICSED) 2016, 1-3 November 2016, Universiti Malaysia Terengganu. *International Conference On Social And Economic Development, November*, 1–11.
- Lubis, a. H. (2019). Pengaruh promosi kesehatan terhadap perubahan pengetahuan hidup bersih dan sehat (phbs) pada tatanan rumah tangga di desa batu godang kecamatan angkola sangkumur tahun 2019. Institut kesehatan helvetia.
- Mohammed, W., Alanzi, T., Alanezi, F., Alhodaib, H., & AlShammari, M. (2021). Usage of social media for health awareness purposes among health educators and students in Saudi Arabia. *Informatics in Medicine Unlocked*, 23, 100553. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2021.100553>
- Rayan H. Bahabri, Ds. a, & Aliyaa B. Zaidan, B. (2021). *The impact of social media on dental practice promotion and professionalism amongst general dental practitioners and specialists in KSA. Journal of Taibah University Medical Sciences*, 16(3), 456–460. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2020.12.017>

- Sanchez, C., Grzenda, A., Varias, A., Widge, A. S., Carpenter, L. L., McDonald, W. M., Nemeroff, C. B., Kalin, N. H., Martin, G., Tohen, M., Filippou-Frye, M., Ramsey, D., Linos, E., Mangurian, C., & Rodriguez, C. I. (2020). *Social media recruitment for mental health research: A systematic review*. *Comprehensive Psychiatry*, *103*, 152197. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2020.152197>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, *3*(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Sukrillah, Ratnamulyani, Kusumadinata (2017). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio* *3*(2), 95–104.
- Vionita, L., & Prayoga, D. (2021). Penggunaan Media Sosial selama Pandemi Covid-19 dalam Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Kabupaten Tangerang. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, *20*(2), 126–133.