



Peran Media Sosial dalam Promosi Kesehatan: Review Literatur pada Intervensi Digital

Crifianny Praysilia Wenas^{1*}, Liang Kevin Arsastha²

¹⁻²Universitas Sam Ratulangi, Indonesia

Alamat: Jalan Kampus Unsrat, Kleak, Kec. Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia

Korespondensi penulis: crifiannywenas@unsrat.ac.id*

Abstract. *Social media has proven to be an effective tool for health promotion, particularly in rapidly and widely disseminating information and encouraging behavioral changes. This study is a literature review aiming to evaluate the role of social media in digital-based health promotion interventions over the past five years (2019–2024). Articles were collected from Google Scholar, PubMed, and Garuda databases, focusing on interventions conducted in Indonesia or those with global relevance. The review of nine articles revealed that platforms like Instagram, WhatsApp, and Facebook are effective in improving health knowledge and behaviors, especially among adolescents and mothers. Strategies involving visual and interactive content, along with collaborations with digital influencers, significantly increased audience engagement. However, key challenges identified include low digital literacy, the spread of invalid information, and a lack of standardized evaluation for intervention effectiveness. This study recommends enhancing healthcare professionals' capacity in utilizing social media and strengthening public digital literacy to support sustainable health promotion efforts.*

Keywords: *Digital Intervention, Digital Literacy, Health Behavior Change, Health Promotion, Social Media.*

Abstrak. Media sosial berperan penting dalam promosi kesehatan, terutama untuk menyebarkan informasi dan mendorong perubahan perilaku masyarakat secara cepat. Studi tinjauan literatur ini meneliti peran media sosial dalam promosi kesehatan digital selama lima tahun terakhir (2019-2024). Dengan mengumpulkan artikel dari Google Scholar, PubMed, dan Garuda yang berfokus pada intervensi di Indonesia atau yang relevan secara global, penelitian ini menemukan bahwa platform seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook efektif meningkatkan pengetahuan dan perilaku kesehatan, khususnya pada remaja dan ibu. Strategi yang paling berhasil melibatkan konten visual, interaktif, dan kolaborasi dengan tokoh digital untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Meskipun demikian, ada beberapa tantangan yang teridentifikasi, yaitu rendahnya literasi digital, penyebaran informasi yang tidak valid, dan kurangnya evaluasi standar mengenai efektivitas intervensi. Oleh karena itu, studi ini menyarankan agar tenaga kesehatan meningkatkan kemampuannya dalam menggunakan media sosial dan masyarakat diperkuat literasi digitalnya demi mendukung promosi kesehatan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Intervensi Digital, Literasi Digital, Perubahan Perilaku Kesehatan, Promosi Kesehatan, Media Sosial.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah cara kita berkomunikasi, membuka pintu baru bagi promosi kesehatan. Kini, media sosial menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang, termasuk dalam hal kesehatan. Berbagai platform populer seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp banyak digunakan oleh institusi kesehatan, organisasi nirlaba, dan individu untuk menyebarkan informasi kesehatan secara cepat dan luas.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa intervensi kesehatan berbasis media sosial dapat secara efektif meningkatkan kesadaran publik, mengubah sikap, dan bahkan memengaruhi perilaku sehat. Contohnya, kampanye di media sosial terbukti berhasil dalam mendorong kebiasaan makan sehat, meningkatkan aktivitas fisik, dan membantu pengelolaan

penyakit kronis. Namun, keberhasilan promosi kesehatan digital sangat bergantung pada kualitas konten, strategi penyampaian pesan yang tepat, tingkat keterlibatan audiens, dan yang terpenting, validitas informasi yang disebarakan.

Melihat potensi dan tantangan ini, studi ini bertujuan untuk meninjau secara sistematis penelitian-penelitian terbaru mengenai peran media sosial dalam promosi kesehatan. Dengan melakukan tinjauan ini, diharapkan dapat memberikan gambaran umum mengenai efektivitasnya, mengidentifikasi tantangan-tantangan yang ada, dan mengeksplorasi peluang pengembangan promosi kesehatan digital di masa depan.

Pentingnya peran media sosial dalam promosi kesehatan di Indonesia semakin terasa mengingat tingginya penggunaan internet dan media sosial di kalangan masyarakat. Data menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia aktif menggunakan platform digital setiap harinya, menjadikan media sosial sebagai platform yang sangat strategis untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat, dari perkotaan hingga pedesaan. Potensi ini perlu dimaksimalkan untuk edukasi kesehatan yang lebih inklusif dan merata.

Meskipun demikian, ada beberapa kendala yang perlu diatasi. Salah satu tantangan terbesar adalah tersebarnya misinformasi dan hoaks di media sosial. Selain itu, literasi digital yang belum merata juga menjadi hambatan. Banyak masyarakat yang belum memiliki kemampuan kritis untuk memilah informasi kesehatan yang valid, sehingga rentan terpapar informasi yang salah.

Oleh karena itu, upaya promosi kesehatan di media sosial harus diimbangi dengan strategi untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Kolaborasi antara pemerintah, tenaga kesehatan, platform media sosial, dan komunitas sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem informasi kesehatan yang aman, akurat, dan dapat dipercaya. Dengan begitu, media sosial dapat benar-benar menjadi kekuatan pendorong bagi kesehatan masyarakat yang lebih baik.

2. KAJIAN TEORITIS

Promosi kesehatan adalah upaya terstruktur untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat agar bisa menjaga dan memperbaiki kesehatan mereka. Di era digital saat ini, teori perilaku tetap menjadi dasar penting untuk memahami bagaimana paparan informasi di media sosial dapat mengubah perilaku seseorang.

Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Social Cognitive Theory* (SCT) masih sangat relevan dan sering dipakai sebagai kerangka teori dalam intervensi kesehatan digital. Contohnya, studi oleh Molla dkk. (2022) menggunakan TPB untuk menilai bagaimana kampanye di Instagram memengaruhi niat dan

perilaku diet sehat. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi norma sosial dan kendali perilaku punya pengaruh besar terhadap partisipasi masyarakat.

Di sisi lain, Lee & Kim (2020) mengembangkan model promosi kesehatan berbasis media sosial dengan pendekatan SCT. Mereka menyoroti pentingnya efikasi diri (*self-efficacy*) dan dukungan sosial dari lingkungan digital dalam membentuk perilaku sehat, terutama pada remaja. Dengan demikian, menerapkan teori perilaku dalam konteks digital tidak hanya relevan, tetapi juga sangat penting untuk merancang intervensi yang efektif dan berdasarkan bukti. Studi-studi ini menegaskan bahwa dalam promosi kesehatan modern, integrasi aspek kognitif, sosial, dan teknologi adalah hal yang fundamental.

Penerapan teori-teori ini memungkinkan perancang intervensi untuk tidak sekadar menyebarkan informasi, tetapi juga memahami faktor-faktor psikologis dan sosial yang mendorong atau menghambat penerapan perilaku sehat. Misalnya, TPB membantu mengidentifikasi keyakinan individu tentang suatu perilaku (sikap), tekanan sosial dari orang lain (norma subjektif), dan persepsi mereka tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku tersebut (kontrol perilaku yang dipersepsikan). Dengan memahami elemen-elemen ini, pesan promosi kesehatan di media sosial dapat disesuaikan agar lebih persuasif dan relevan bagi target audiens.

Sementara itu, SCT menekankan bahwa individu belajar dari pengalaman dan pengamatan, yang sangat cocok dengan sifat interaktif media sosial. Konsep seperti pembelajaran observasional (*observational learning*), di mana pengguna meniru perilaku yang mereka lihat dari *influencer* atau teman sebaya di platform, dapat dimanfaatkan. Selain itu, penguatan (*reinforcement*) berupa *likes*, komentar positif, atau dukungan dari komunitas *online* juga dapat meningkatkan keyakinan seseorang untuk mempertahankan perilaku sehat. Oleh karena itu, menggabungkan teori-teori perilaku ini dalam strategi promosi kesehatan digital adalah kunci untuk mencapai dampak yang signifikan dan berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini adalah tinjauan literatur naratif yang bertujuan untuk memahami peran media sosial dalam promosi kesehatan digital. Kami memilih pendekatan ini untuk mengkaji secara sistematis dan deskriptif temuan-temuan penelitian dari lima tahun terakhir (2019–2024), baik dari dalam maupun luar negeri. Tinjauan ini berfokus pada studi-studi yang menggunakan media sosial sebagai alat promosi kesehatan yang memengaruhi pengetahuan, sikap, atau perilaku masyarakat.

Kami mengumpulkan data dengan mencari artikel ilmiah di database populer seperti Google Scholar, PubMed, dan Garuda Ristekbrin. Kata kunci yang kami gunakan meliputi "media sosial", "promosi kesehatan", "intervensi digital", "digital health promotion", dan "social media health intervention". Kriteria inklusi kami adalah: (1) artikel diterbitkan antara 2019–2024, (2) media sosial merupakan bagian utama dari intervensi kesehatan, (3) artikel membahas hasil atau dampak intervensi pada individu atau komunitas, dan (4) artikel tersedia dalam bahasa Indonesia atau Inggris. Kami mengecualikan artikel yang tidak relevan, duplikat, atau hanya berupa opini/editorial.

Setelah pencarian awal dan seleksi, dari 53 artikel yang ditemukan, kami memilih 9 artikel untuk dianalisis secara kualitatif. Analisis ini meliputi identifikasi fokus intervensi, jenis media sosial yang digunakan, metode pendekatan, dan hasil yang dicapai. Artikel-artikel tersebut juga kami kategorikan berdasarkan target populasi (remaja, ibu, masyarakat umum), jenis platform (WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook), dan bentuk evaluasi (kuantitatif atau kualitatif). Tujuan kami adalah menemukan pola, kesenjangan, dan potensi strategi promosi kesehatan berbasis media sosial yang paling efektif di masa kini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan sintesis hasil dari sembilan artikel yang dipilih untuk tinjauan literatur mengenai penggunaan media sosial dalam intervensi promosi kesehatan. Artikel-artikel yang dianalisis berasal dari jurnal nasional dan internasional yang diterbitkan antara tahun 2019 dan 2024. Kajian ini berfokus pada jenis media sosial yang digunakan, populasi sasaran, bentuk intervensi, serta dampaknya terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku kesehatan.

Dari analisis mendalam terhadap artikel-artikel tersebut, ditemukan bahwa berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook menjadi yang paling dominan digunakan dalam intervensi promosi kesehatan. Populasi sasaran utama bervariasi, namun remaja dan ibu sering kali menjadi fokus utama, mengingat karakteristik demografis mereka yang aktif menggunakan media sosial dan rentan terhadap berbagai isu kesehatan. Bentuk intervensi yang diterapkan juga beragam, mulai dari penyebaran informasi melalui infografis dan video, sesi tanya jawab interaktif, hingga kampanye kolaboratif dengan tokoh digital atau *influencer*.

Dampak dari intervensi-intervensi ini secara umum menunjukkan hasil yang positif. Sebagian besar studi melaporkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan kesehatan partisipan terkait topik yang diintervensi, seperti pentingnya gizi seimbang, kebersihan diri, atau pencegahan penyakit menular. Selain itu, beberapa penelitian juga mengindikasikan

perubahan sikap yang lebih proaktif terhadap kesehatan dan adopsi perilaku sehat yang lebih baik. Namun, perlu dicatat bahwa keberlanjutan perubahan perilaku ini masih menjadi tantangan dan membutuhkan evaluasi jangka panjang yang lebih komprehensif di masa mendatang.

Tabel 1. Ringkasan Kajian Jurnal

No	Penulis & Tahun	Platform Media Sosial	Target Populasi	Jenis Intervensi	Hasil Utama
1	Afriani et al. (2024)	WhatsApp	Ibu dengan balita	Edukasi MP-ASI via grup WA	Meningkatkan pengetahuan gizi secara signifikan
2	Susila & Anshari (2024)	Instagram	Mahasiswa dan dewasa muda	Kampanye gizi seimbang selama 4 minggu	Peningkatan kesadaran pola makan sehat
3	Mustofa & Sani (2023)	Instagram	Remaja	Edukasi kesehatan reproduksi remaja	Meningkatkan pemahaman dan sikap positif terhadap kesehatan
4	Anggaratni & Sulistiadi (2023)	TikTok, Instagram	Umum	Promosi protokol COVID-19	Tingkat jangkauan dan interaksi tinggi selama pandemi
5	Pandhika et al. (2023)	Facebook, Instagram	Pasien rumah sakit	Sosialisasi layanan RS & edukasi mandiri	Membantu komunikasi pelayanan kesehatan
6	Rahmi & Muchlis (2024)	WhatsApp, Instagram	Masyarakat umum	Kampanye perilaku hidup bersih dan sehat	Meningkatkan partisipasi komunitas
7	Lee & Kim (2020)	TikTok	Remaja	Video pendek edukatif berbasis SCT	Meningkatkan self-efficacy dan keterlibatan digital
8	Molla et al. (2022)	Instagram	Dewasa muda	Intervensi berbasis TPB untuk diet sehat	Meningkatkan niat dan perilaku konsumsi sehat
9	Qory & Rahman (2022)	Instagram	Remaja	Promosi kesehatan reproduksi	Peningkatan pemahaman kesehatan seksual

Berdasarkan rangkuman data, dapat disimpulkan bahwa Instagram dan WhatsApp merupakan platform media sosial yang paling dominan digunakan dalam intervensi promosi kesehatan. Preferensi terhadap kedua platform ini didasarkan pada aksesibilitasnya yang tinggi, popularitas masif di Indonesia, serta fleksibilitas dalam mengakomodasi berbagai format konten seperti gambar, video, dan teks.

Mayoritas intervensi yang ditemukan berupa kampanye edukatif, yang disajikan dalam berbagai bentuk seperti konten visual, video pendek, dan diskusi grup daring. Hampir seluruh penelitian melaporkan peningkatan pengetahuan sebagai luaran utama intervensi ini. Selain itu, beberapa studi juga mengindikasikan perubahan sikap yang positif dan intensi perilaku sehat, khususnya ketika strategi komunikasi interaktif diimplementasikan.

Sebagai ilustrasi, studi oleh Afriani et al. (2024) menunjukkan bahwa intervensi melalui grup WhatsApp berhasil meningkatkan pemahaman ibu mengenai Makanan Pendamping ASI (MP-ASI) dalam periode satu bulan. Senada dengan temuan tersebut, penelitian Mustofa & Sani (2023) yang melibatkan edukasi kesehatan reproduksi remaja melalui Instagram juga berdampak pada peningkatan kesadaran dan sikap yang lebih baik di kalangan partisipan.

Beberapa faktor kunci menentukan keberhasilan intervensi promosi kesehatan di media sosial:

- a. Kualitas dan daya tarik konten: Konten harus menggunakan infografis, bahasa yang mudah dimengerti, dan gaya visual yang menarik agar pengguna tertarik dan terlibat (Susila & Anshari, 2024).
- b. Interaktivitas: Konten yang mendorong audiens untuk berkomentar, berdiskusi, atau berbagi pendapat akan meningkatkan partisipasi mereka dalam promosi kesehatan (Lee & Kim, 2020).
- c. Kesesuaian dengan budaya lokal dan norma sosial: Pendekatan yang sesuai dengan nilai-nilai lokal akan lebih mudah diterima oleh masyarakat (Molla et al., 2022).

Meskipun media sosial secara umum memberikan dampak positif dalam promosi kesehatan, terdapat beberapa tantangan signifikan dalam implementasinya. Salah satu kendala utama adalah tingkat literasi digital masyarakat yang bervariasi, yang dapat menghambat kemampuan individu dalam memahami dan menyaring informasi kesehatan yang mereka terima, seperti yang ditunjukkan oleh Rahmi & Muchlis (2024). Tantangan lainnya adalah penyebaran hoaks atau informasi tidak valid, sebuah isu yang menjadi sangat menonjol selama pandemi COVID-19 dan menggarisbawahi perlunya pengawasan serta verifikasi konten kesehatan yang ketat (Anggaratni & Sulistiadi, 2023).

Selain itu, kurangnya evaluasi sistematis terhadap efektivitas intervensi juga menjadi masalah; sebagian besar studi masih menggunakan desain *pre-post* sederhana tanpa kelompok kontrol, sehingga menyulitkan generalisasi dampak intervensi yang telah dilakukan. Temuan ini menyoroti bahwa media sosial bukan sekadar saluran komunikasi biasa, melainkan alat strategis yang dapat dioptimalkan oleh tenaga kesehatan dan pemerintah dalam promosi kesehatan. Untuk memaksimalkan potensi ini, ada beberapa langkah penting yang perlu dilakukan:

- a. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM): Tenaga kesehatan dan pihak terkait perlu dibekali dengan keterampilan komunikasi digital yang mumpuni. Ini termasuk kemampuan membuat konten menarik, mengelola komunitas *online*, dan memahami dinamika platform media sosial.
- b. Integrasi ke Platform Populer: Promosi kesehatan harus diintegrasikan secara lebih mendalam ke dalam platform media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat, bukan hanya sekadar hadir. Ini berarti memanfaatkan fitur-fitur unik setiap platform untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif.
- c. Kolaborasi Lintas Sektor: Penting untuk menjalin kolaborasi dengan komunitas digital dan *influencer* kesehatan. Mereka memiliki jangkauan luas dan kredibilitas di mata pengikutnya, sehingga dapat membantu menyebarkan pesan kesehatan dengan lebih persuasif.

Selain itu, studi ini juga menegaskan bahwa penggunaan teori perilaku seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Social Cognitive Theory* (SCT) sangat membantu dalam merancang intervensi promosi kesehatan yang lebih terarah dan berbasis bukti. Teori-teori ini memberikan kerangka kerja untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kesehatan, sehingga intervensi dapat didesain secara lebih efektif untuk mendorong perubahan positif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial telah terbukti menjadi alat yang efektif dalam promosi kesehatan bila dimanfaatkan secara tepat. Platform populer seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan mendorong perubahan perilaku kesehatan masyarakat.

Untuk memaksimalkan efektivitas intervensi digital ini di masa mendatang, ada beberapa langkah krusial yang perlu diambil. Pertama, tenaga kesehatan memerlukan pelatihan khusus dalam komunikasi digital agar mereka mahir dalam menciptakan dan menyebarkan pesan kesehatan yang menarik dan mudah dipahami di berbagai platform. Kedua, peningkatan literasi digital masyarakat menjadi sangat penting agar mereka mampu memilah informasi yang akurat dari hoaks yang bertebaran di dunia maya, memastikan pesan kesehatan yang disampaikan benar-benar terserap.

Selain itu, studi di masa depan sangat direkomendasikan untuk mengembangkan model evaluasi intervensi media sosial yang lebih komprehensif. Model ini harus mampu mengukur dampak jangka panjang, tidak hanya sebatas peningkatan pengetahuan, tetapi juga perubahan perilaku yang berkelanjutan dan dampaknya terhadap kesehatan publik secara keseluruhan.

Dengan demikian, promosi kesehatan digital dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan bagi kesehatan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Afriani, D. A., Mentari, W. D., & Azahra, Z. (2024). Pengaruh promosi kesehatan melalui WhatsApp terhadap pemahaman MP-ASI. *Jurnal Ekonomi Kesehatan Indonesia*.
- Anggaratni, W. A. G., & Sulistiadi, W. (2023). Inovasi sosial media dalam promosi kesehatan saat pandemi. *MPP-KI*.
- Chou, W. Y. S., Prestin, A., & Prochaska, J. D. (2021). Bridging the digital divide in health promotion: A framework for media strategy. *Journal of Health Communication*, 26(1), 12–19.
- Heldman, A. B., Schindelar, J., & Weaver, J. B. (2020). Social media engagement and public health communication: Implications for effectiveness. *American Journal of Public Health*, 110(2), 143–151.
- Lee, S. Y., & Kim, H. S. (2020). Social media-based health promotion using social cognitive theory: A study on health behavior change among adolescents. *Journal of Medical Internet Research*, 22(12), e22804. <https://doi.org/10.2196/22804>
- Molla, M. T., Belachew, T., & Reta, M. M. (2022). Application of the theory of planned behavior in health promotion interventions using social media: A systematic review. *Digital Health*, 8, 20552076221101932. <https://doi.org/10.1177/20552076221101932>
- Mustofa, R. A. B., & Sani, M. (2023). Efektivitas promosi kesehatan melalui media sosial pada remaja. *Sosial Simbiosis*.
- Pandhika, D. A., Stiawati, T., & Jumiati, I. E. (2023). Pemanfaatan media sosial di rumah sakit Indonesia. *Faletehan Health Journal*.
- Qory, T. R., & Rahman, L. A. A. (2022). Media sosial dan promosi kesehatan reproduksi. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*.
- Rahmi, S. S., & Muchlis, F. R. (2024). Efektivitas media sosial dalam kampanye sosialisasi kesehatan. *Dialogika*.
- Susila, L. R., & Anshari, D. (2024). A social media intervention to promote healthy eating among young adults. *Jurnal Kesmas Khatulistiwa*.