

REVOLUSI DIGITAL DALAM PROMOSI KESEHATAN



Fahmi Baiquni, S.Psi., M.P.H | Endang Tri Sulistyowati, SST., MPH
Notesya A. Amanupunnyo, S.Kep.,Ns., M.Kes | Rahmi Inayati, SKM., M.Kes
Slamet Riyadi, SKM., Mpd | Ns. Dhiya Urrahman, S.Kep.,M.P.H
Syafrisar Meri Agridubella, Ners., M.Kep | Dr. Safrudin, SKM, M.Kes.
La Ode Reskiaddin, SKM.,MPH | Fildzah Amalia, S.Tr.Kes
Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes | Dr. Drs. Nana Mulyana, M.Kes
Dihan Fahry Muhammad, S.Kep., Ns., MPH | Bd. Juita Sari, SST, SKM, M.Kes

REVOLUSI DIGITAL DALAM PROMOSI KESEHATAN

Fahmi Baiquni, S.Psi., M.P.H
Endang Tri Sulistyowati, SST., MPH
Notesya A. Amanupunyo, S.Kep.,Ns., M.Kes
Rahmi Inayati, SKM., M.Kes
Slamet Riyadi, SKM., MPd
Ns. Dhiya Urrahman, S.Kep.,M.P.H
Syafrisar Meri Agritubella, Ners., M.Kep
Dr. Safrudin, SKM, M.Kes.
La Ode Reskiaddin, SKM.,MPH
Fildzah Amalia, S.Tr.Kes
Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes
Dr. Drs. Nana Mulyana, M.Kes
Dihan Fahry Muhammad, S.Kep., Ns., MPH
Bd. Juita Sari, SST, SKM, M.Kes

Editor :

La Ode Alifariki, S.Kep., Ns., M.Kes

REVOLUSI DIGITAL DALAM PROMOSI KESEHATAN

Penulis:

Fahmi Baiquni, S.Psi., M.P.H
Endang Tri Sulistyowati, SST., MPH
Notesya A. Amanupunnyo, S.Kep.,Ns., M.Kes
Rahmi Inayati, SKM., M.Kes
Slamet Riyadi, SKM., MPd
Ns. Dhiya Urrahman, S.Kep.,M.P.H
Syafrisar Meri Agritubella, Ners., M.Kep
Dr. Safrudin, SKM, M.Kes.
La Ode Reskiaddin, SKM.,MPH
Fildzah Amalia, S.Tr.Kes
Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes
Dr. Drs. Nana Mulyana, M.Kes
Dihan Fahry Muhammad, S.Kep., Ns., MPH
Bd. Juita Sari, SST, SKM, M.Kes

ISBN :

978-634-7156-43-3

Editor Buku:

La Ode Alifariki, S.Kep., Ns., M.Kes

Diterbitkan Oleh :

PT MEDIA PUSTAKA INDO

Jl. Merdeka RT4/RW2 Binangun, Kab. Cilacap, Jawa Tengah

Website: www.mediapustakaindo.com

E-mail: mediapustakaindo@gmail.com

Anggota IKAPI: 263/JTE/2023

Cetakan Pertama : 2025

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya sehingga buku ini dapat tersusun. Buku ini diperuntukkan bagi Dosen, Praktisi, dan Mahasiswa Kesehatan sebagai bahan bacaan dan tambahan referensi.

Buku ini berjudul Revolusi Digital dalam Promosi Kesehatan mencoba menyuguhkan dan mengemas beberapa hal penting konsep Revolusi Digital dalam Promosi Kesehatan. Buku ini berisi tentang segala hal yang berkaitan dengan konsep Revolusi Digital dalam Promosi Kesehatan serta konsep lainnya yang disusun oleh beberapa Dosen dari berbagai Perguruan Tinggi.

Buku ini dikemas secara praktis, tidak berbelit-belit dan langsung tepat pada sasaran. Selamat membaca.

Kendari, 10 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

BAB 1	Evolusi Promosi Kesehatan di Era Digital	1
A.	Pendahuluan.....	1
B.	Evolusi Promosi Kesehatan di Era Digital.....	3
BAB 2	Media Sosial Sebagai Alat Promosi Kesehatan	8
A.	Pendahuluan.....	8
B.	Media Sosial sebagai alat Promosi Kesehatan	9
BAB 3	Teori Perubahan Perilaku dalam Promosi	19
A.	Pendahuluan.....	19
B.	Teori Perubahan Perilaku Dalam Promosi Kesehatan Digital	20
BAB 4	Peran Media Digital dalam Edukasi dan Intervensi Kesehatan	35
A.	Pendahuluan.....	35
B.	Konsep Media Digital.....	36
BAB 5	Etika dan Privasi dalam Promosi Kesehatan Digital.....	54
A.	Pendahuluan.....	54
B.	Etika dan Privasi Promosi Kesehatan di Era Digital	55
BAB 6	Transformasi Digital dalam Promosi Kesehatan : Inovasi, Strategi, dan Dampak di Era Teknologi	64
A.	Pendahuluan.....	64
B.	Inovasi, Strategi dan Dampak Teknologi dalam Promosi Kesehatan	65
BAB 7	Aplikasi Mobile untuk Kesehatan.....	75
A.	Pendahuluan.....	75
B.	Aplikasi Mobile Untuk Kesehatan.....	77

BAB 8 <u>Kecerdasan Buatan dan Chatbot dalam Edukasi Kesehatan</u>	93
A. Pendahuluan.....	93
B. Konsep Kecerdasan Buatan dan Chatbot dalam Edukasi Kesehatan.....	94
BAB 9 <u>Gamifikasi dalam Promosi Kesehatan</u>	105
A. Pendahuluan.....	105
B. Konsep Gamifikasi.....	106
BAB 10 <u>Peran Influencer Kesehatan dalam Media Sosial</u>	122
A. Pendahuluan.....	122
B. Pengaruh Influencer Kesehatan dalam Media Sosial.....	123
C. Membangun Kecemasan Berlebih pada Pengikut.....	128
BAB 11 <u>Tantangan dan Kendala dalam Implementasi Promosi Kesehatan Digital</u>	132
A. Pendahuluan.....	132
B. Tantangan dan Kendala dalam Implementasi Promosi Kesehatan Digital	133
BAB 12 <u>Regulasi dan Kebijakan terkait Media Digital dalam Promosi Kesehatan</u>	144
A. Pendahuluan.....	144
B. Regulasi dan kebijakan media digital dalam promosi kesehatan.....	144
BAB 13 <u>Tren dan Inovasi Media Promosi Kesehatan Masa Depan</u>	156
A. Pendahuluan.....	156
B. Tren dan Inovasi Media Promosi Kesehatan Masa Depan	157
BAB 14 <u>Strategi Komunikasi Krisis dalam Promosi Kesehatan Digital</u>	174
A. Pendahuluan.....	174
B. Konsep Strategi Komunikasi Krisis dalam Promosi Kesehatan Digital	175

C. Strategi Komunikasi Krisis pada promosi kesehatan	
Digital	180

BAB 1

Evolusi Promosi Kesehatan di Era Digital

**Fahmi Baiquni, S.Psi., M.P.H **

A. Pendahuluan

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang kesehatan. Dalam beberapa dekade terakhir, teknologi digital seperti kecerdasan buatan (AI), komputasi awan, dan aplikasi kesehatan berbasis seluler telah menjadi bagian integral dari strategi promosi kesehatan. Teknologi ini memungkinkan pengumpulan data secara real-time, penyebaran informasi kesehatan yang lebih cepat, dan aksesibilitas layanan kesehatan yang lebih luas. Sebagai contoh, aplikasi kesehatan dan media sosial telah digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pencegahan penyakit, gaya hidup sehat, dan manajemen penyakit kronis (Abernethy dkk., 2022). Namun, meskipun menawarkan banyak manfaat, adopsi teknologi digital juga menghadirkan tantangan baru seperti kesenjangan akses akibat literasi digital yang rendah dan keterbatasan infrastruktur di beberapa wilayah (Pudyastuti dkk., 2024).

Promosi kesehatan pada awalnya berfokus pada pendekatan tradisional seperti kampanye tatap muka dan distribusi materi cetak. Namun, dengan kemajuan teknologi komunikasi, pendekatan ini mulai beralih ke platform digital. Media sosial, aplikasi seluler, dan situs web kesehatan telah menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan kepada audiens yang lebih luas. Misalnya, selama

pandemi COVID-19, aplikasi pelacakan kontak berbasis digital digunakan secara luas untuk memberikan peringatan dini tentang potensi paparan virus (Abernethy dkk., 2022; Lisnawati dkk., 2024). Selain itu, platform digital memungkinkan personalisasi pesan kesehatan berdasarkan data demografis dan perilaku individu, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye promosi kesehatan (Krawiec dkk., 2021).

Era digital juga membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi kesehatan. Sebelumnya, informasi kesehatan sering kali sulit dijangkau oleh masyarakat di daerah terpencil atau dengan sumber daya terbatas. Namun, teknologi digital seperti SMS blast dan aplikasi seluler kini memungkinkan penyebaran informasi kesehatan secara cepat dan merata hingga ke wilayah-wilayah terpencil (Pudyastuti dkk., 2024). Inisiatif ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang isu-isu kesehatan tetapi juga mendorong perubahan perilaku yang lebih sehat. Sebagai contoh, kampanye berbasis media sosial sering kali melibatkan elemen interaktif seperti kuis atau tantangan bulanan yang membuat audiens lebih terlibat secara aktif (Smith, 2025).

Namun demikian, penggunaan teknologi digital dalam promosi kesehatan tidak lepas dari tantangan etis dan teknis. Salah satu isu utama adalah privasi data pengguna. Pengumpulan data melalui aplikasi seluler atau perangkat wearable sering kali menimbulkan kekhawatiran tentang bagaimana data tersebut disimpan dan digunakan. Selain itu, ketergantungan pada teknologi dapat memperbesar kesenjangan sosial-ekonomi karena tidak semua individu memiliki akses ke perangkat digital atau internet yang memadai (Pudyastuti dkk., 2024). Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan kebijakan yang memastikan inklusivitas teknologi ini serta melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses perencanaan dan implementasi (Pudyastuti dkk., 2024).

Dengan segala peluang dan tantangannya, revolusi digital menawarkan potensi besar untuk merevolusi promosi kesehatan

di masa depan. Teknologi ini tidak hanya memungkinkan penyampaian pesan yang lebih efektif tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan strategi berbasis data yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik populasi tertentu. Dalam konteks ini, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan organisasi non-pemerintah menjadi kunci untuk memastikan bahwa manfaat teknologi digital dapat dirasakan oleh semua lapisan masyarakat secara merata (Abernethy dkk., 2022; Krawiec dkk., 2021). Bab ini akan mengeksplorasi evolusi promosi kesehatan di era digital dengan fokus pada bagaimana teknologi dapat digunakan secara strategis untuk mencapai tujuan kesehatan masyarakat yang lebih baik.

Evolusi promosi kesehatan di era digital telah membuka peluang baru sekaligus tantangan dalam upaya meningkatkan kesehatan masyarakat. Dengan memanfaatkan teknologi secara bijak dan mempertimbangkan aspek etis, promosi kesehatan digital berpotensi untuk secara signifikan meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan populasi global.

B. Evolusi Promosi Kesehatan di Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap promosi kesehatan secara signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara informasi kesehatan disebarluaskan, diakses, dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Berikut ini adalah gambaran komprehensif tentang evolusi promosi kesehatan di era digital:

1. Transformasi penyampaian informasi

Promosi kesehatan yang sebelumnya dilakukan melalui metode konvensional kini telah bertransformasi dengan memanfaatkan teknologi digital. Hal ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan efektif (Lisnawati dkk., 2024). Teknologi digital memungkinkan rumah sakit dan institusi kesehatan untuk menyediakan informasi kesehatan secara tepat waktu, meningkatkan interaksi dengan pasien, dan menyebarkan pesan-pesan kesehatan kepada audiens yang lebih luas (Lisnawati dkk., 2024).

2. Pemanfaatan media sosial

Media sosial telah menjadi platform yang sangat potensial untuk promosi kesehatan. Situs-situs populer seperti YouTube, Facebook, Twitter, dan platform lainnya terbukti efektif dalam menyebarkan informasi kesehatan dan mendukung upaya promosi kesehatan (Fadhilah, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi positif dalam pencapaian tujuan promosi kesehatan, memungkinkan orang untuk berbagi pengalaman terkait perubahan perilaku sehat, perubahan fisik, efek samping penyakit, dan dampak positif gaya hidup terhadap kesehatan (Fadhilah, 2024).

3. Personalisasi dan aksesibilitas

Teknologi digital memungkinkan personalisasi informasi kesehatan dan meningkatkan aksesibilitas. Aplikasi kesehatan mobile dan media sosial dapat menyediakan edukasi yang lebih personal dan mudah diakses (Lisnawati dkk., 2024). Hal ini memungkinkan individu untuk mengakses informasi kesehatan kapan saja dan di mana saja, meningkatkan keterlibatan mereka dalam manajemen kesehatan pribadi.

4. Integrasi teknologi dalam setting kesehatan

Digitalisasi telah mengintegrasikan teknologi ke dalam berbagai setting kesehatan, termasuk sekolah, klub olahraga, dan fasilitas kesehatan (Stark dkk., 2022). Implementasi promosi kesehatan digital dalam setting ini membuka peluang untuk menjangkau kelompok target tertentu, menurunkan biaya implementasi, dan meningkatkan kesehatan populasi (Stark dkk., 2022).

5. Perkembangan eHealth dan mHealth

Penggunaan aplikasi eHealth dan mHealth yang semakin meningkat telah mengubah cara orang mengakses layanan kesehatan dan informasi (Stark dkk., 2022). Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur seperti pemantauan kesehatan pribadi, reminder pengobatan, dan akses ke sumber daya kesehatan

6. Artificial intelligence dan *big data*
Kecerdasan buatan, pembelajaran mesin, dan analitik big data telah mengubah cara diagnosis, kustomisasi pengobatan, dan perawatan kesehatan prediktif dilakukan (Dinc, 2024). Teknologi ini memungkinkan analisis data kesehatan dalam skala besar untuk mengidentifikasi tren dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang kesehatan populasi.
7. Telemedicine dan pemantauan jarak jauh
Perkembangan telemedicine dan teknologi pemantauan jarak jauh telah memperluas jangkauan layanan kesehatan ke populasi yang sebelumnya kurang terlayani (Dinc, 2024). Hal ini memungkinkan konsultasi kesehatan dan pemantauan kondisi pasien tanpa batasan geografis.
8. Tantangan dan pertimbangan etis
Meskipun teknologi digital menawarkan banyak manfaat, terdapat tantangan yang perlu diperhatikan. Masalah privasi data, kurangnya akses teknologi di beberapa daerah, dan rendahnya literasi digital masih menjadi hambatan yang perlu dipertimbangkan (Lisnawati dkk., 2024). Selain itu, penggunaan berlebihan gadget elektronik dapat berdampak negatif pada kesehatan mata, gaya hidup sedentari, dan kesehatan mental .
9. Masa depan promosi kesehatan digital
Promosi kesehatan digital diharapkan akan semakin terintegrasi dengan sistem kesehatan yang lebih luas. Visi tentang sistem kesehatan yang terus belajar (learning health system) yang menghubungkan dan menganalisis dataset menggunakan kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin masih dalam tahap awal, namun menjanjikan potensi besar untuk masa depan (Abernethy dkk., 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Abernethy, A., et al., (2022). The Promise of Digital Health: Then, Now, and the Future. *NAM Perspectives*, 6(22). <https://doi.org/10.31478/202206>
- Dinc, R. (2024). *Digital Health: The Impact of Technology on Healthcare*. Troubador Publishing.
- Fadhilah, N. (2024). The Role of Social Media in Health Promotion Efforts. *Oshada*, 1(1), 21-31. <https://doi.org/10.62872/pc35xk17>
- Krawiec, R., McGuire, K., McInerney, J., & Malik, N. (2021, August 18). *The future of public health campaigns: Digital strategies for amplifying influence and effectiveness*. Article. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/public-sector/successful-digital-public-health-campaigns.html>
- Lisnawati, N. M. A., Wahyuningsih, N. L. G. N. S., Widnyani, N. M., Yani, N. W. M. S. A., & Nurhaeni, A. (2024). The Role of Digital Technology in Increasing the Effectiveness of Health Promotion in Hospitals. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 6(S6), 1185-1192. <https://doi.org/10.37287/ijghr.v6iS6.5277>
- Pudyastuti, R. R., Tomaso, J., Andrias, H., & Marta, A. M. (2024). The Role Of Digital Health Technology In Enhancing Health Promotion Campaigns: A Case Study From A Resource Imites Region. *Oshada; Jurnal Kesehatan*, 1(4). <https://doi.org/10.62872/gbna7b66>
- Smith, B. (2025). *5 Examples Of Brilliant Healthcare Marketing Campaigns*. <https://www.flyingvgroup.com/healthcare-marketing-campaigns/>
- Stark, A. L., Geukes, C., & Dockweiler, C. (2022). Digital Health Promotion and Prevention in Settings: Scoping Review. *Journal of Medical Internet Research*, 24(1), e21063. <https://doi.org/10.2196/21063>

BIODATA PENULIS



Fahmi Baiquni, S.Psi., M.P.H lahir di Semarang pada 12 Juni 1990. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia dan S2 di Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan, Universitas Gadjah Mada. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Program Studi Promosi Kesehatan Program Sarjana Terapan, Politeknik Kesehatan Karya Husada Yogyakarta.

BAB 2

Media Sosial Sebagai Alat Promosi Kesehatan

Endang Tri Sulistyowati, SST., MPH

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara manusia berinteraksi dan mengakses informasi. Perubahan terbesar adalah munculnya media sosial sebagai sarana utama untuk berbagi, berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Penggunaan media sosial memiliki peluang baru untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara cepat dan efisien.

Media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial sangat mempengaruhi dalam cara orang berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial, selain itu juga dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, termasuk dalam promosi Kesehatan. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi Kesehatan semakin relevan di era digital, banyak individu mengakses informasi melalui platform seperti facebook, Instagram, Twitter dan TikTok.

Meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam mempromosikan kesehatan, namun terdapat juga tantangan yang muncul seiring dengan meningkatnya penyebaran informasi yang tidak selalu akurat dan sah. Dampak negatif bagi Masyarakat dari penyebaran informasi media sosial yang tidak akurat sehingga dapat menyesatkan Masyarakat dan membahayakan Kesehatan.

B. Media Sosial sebagai alat Promosi Kesehatan

1. Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi dan berinteraksi dengan konten serta berkomunikasi dengan orang lain melalui jaringan online.

2. Ciri - ciri Media Sosial

Ciri-ciri dari media sosial sebagai berikut :

- a. Interaktivitas : pengguna dapat berinteraksi langsung melalui komentar, like, share, atau pesan pribadi.
- b. Konten yang dapat dibuat oleh pengguna : Semua orang bisa membuat dan berbagi konten, bukan hanya pihak yang mengelola platform.
- c. Jaringan sosial : Platform ini memungkinkan orang untuk membangun jaringan sosial dengan berteman atau mengikuti orang lain.
- d. Aksesibilitas ; Media sosial dapat diakses dari perangkat yang terhubung dengan internet.
- e. Konten beragam : Media sosial mendukung berbagai jenis konten, mulai dari teks, gambar, video, hingga siaran langsung.

3. Jenis-jenis Media Sosial

Jenis-jenis media sosial antara lain :

- a. Jejaring sosial : Platform yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung dan membangun relasi sosial, Seperti facebook, linkedin, dan google.



Gambar 1. Jejaring sosial

- b. Microblogging : Platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan singkat atau update dalam bentuk teks, Seperti Twitter.



Gambar 2. Microblogging

- c. Berbagi gambar dan video :platform berbagi gambar dan video Platform yang berfokus pada berbagi visual, seperti Instagram, TikTok dan youtube.



Gambar 3. Platform berbagi gambar dan video

- d. Forum dan diskusi : Platform yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berdiskusi dan bertukar informasi.

4. Manfaat Media Sosial

Manfaat Media Sosial sebagai berikut :

- a. Membangun koneksi
Media Sosial mempermudah orang untuk tetap terhubung, baik dengan keluarga, teman atau professional.
- b. Meningkatkan Bisnis
Banyak Perusahaan yang menggunakan media sosial untuk promosi dan membangun hubungan dengan pelanggan.
- c. Sumber informasi (Aksesibilitas dan inklusi)
Media sosial sering menjadi tempat untuk mendapatkan berita terkini atau informasi kesehatan, baik dari media resmi maupun sumber independen untuk semua kalangan Masyarakat.
- d. Menyalurkan kreativitas
Platform seperti you tube dan Instagram memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dan berbagi kreativitas mereka dengan dunia.
- e. Mendorong perubahan perilaku Kesehatan
Menginspirasi Masyarakat untuk mengubah kebiasaan buruk menjadi kebiasaan sehat, seperti pola makan sehat, berolahraga, atau berhenti merokok.

5. Tantangan Media Sosial

Tantangan Media sosial antara lain :

- a. Penyebaran hoaks dan misinformasi karena mudahnya berbagi informasi, seringkali informasi yang salah atau menyesatkan tersebar luas.
- b. Masalah privasi Pengguna harus berhati-hati dengan data pribadi yang dibagikan di platform media sosial.
- c. Cyberbullying dan Trolling Pengguna terkadang menjadi sasaran pelecehan atau komentar negative.
- d. Ketergantungan berlebihan dalam menggunakan media sosial dapat menyebabkan ketergantungan dan mengganggu kehidupan sosial nyata.

6. Strategi Promosi Kesehatan di Media Sosial

Merancang strategi promosi Kesehatan di media sosial yang efektif penting untuk mempertimbangkan audiens yang akan dijangkau, Pesan yang akan disampaikan, serta platform yang akan digunakan. Berikut adalah Langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam membangun strategi promosi Kesehatan di media sosial sebagai berikut :

- a. Tentukan tujuan kampanye
Menentukan tujuan yang jelas akan membantu dalam mengarahkan seluruh kampanye. Beberapa tujuan yang bisa ditetapkan antara lain :
 - 1) Meningkatkan kesadaran tentang gaya hidup sehat
 - 2) Mempromosikan pemeriksaan Kesehatan rutin
 - 3) Edukasi mengenai pola makan yang sehat
 - 4) Penyuluhan mengenai pentingnya olah raga dan Kesehatan mental.
- b. Kenali Audiens
Pahami siapa audiens yang akan dijangkau (misal : usia, Lokasi, jenis kelamin, minat) dan buatlah konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.
- c. Pilih platform yang tepat
Masing-masing platform memiliki karakteristik audiens yang berbeda. Pilih platform yang sesuai dengan audiens target anda :
 - 1) Instagram dan tiktok untuk konten visual dan video pendek yang menarik.
 - 2) Facebook untuk audiens yang lebih tua dan komunitas yang lebih besar.
 - 3) Twitter untuk diskusi dan berbagi informasi terkini.
 - 4) You tube untuk konten video Panjang yang lebih mendalam, seperti tutorial atau sesi edukasi.
- d. Kembangkan konten yang menarik dan informatif
Konten adalah kunci untuk membangun keterlibatan dan menyampaikan pesan Kesehatan dengan efektif.

Beberapa jenis konten yang dapat digunakan antara lain :

- 1) Infografis
Menyajikan data atau informasi Kesehatan dalam bentuk visual yang mudah dipahami.
 - 2) Video Edukasi
Contoh video edukasi : cara menjaga pola makan sehat, pentingnya olah raga, atau tips menjaga Kesehatan mental.
 - 3) Cerita atau testimoni
Menggunakan pengalaman orang lain yang berhasil menerapkan gaya hidup sehat.
 - 4) Tantangan dan kampanye
Membuat tantangan kebugaran atau kampanye berbsais hashtag yang mendorong partisipasi audiens.
- e. Gunakan Hashtag yang relevan
Hashtag sangat efektif dalam meningkatkan jangkauan di media sosial. Gunakan hashtag yang relevan dan populer terkait Kesehatan, misalnya : Hidup sehat, gaya hidup sehat, sehat itu penting, olah raga setiap hari
- f. Libatkan influencer atau ahli Kesehatan
Menggandeng influencer atau ahli Kesehatan dapat meningkatkan kredibilitas kampanye. Pilihlah influencer yang memiliki audiens yang sesuai target pasar dan yang memiliki pengaruh positif terkait Kesehatan.
- g. Jadwalkan posting secara konsisten
Mengatur jadwal postingan yang konsisten membantu menjaga audiens tetap terlibat dan mengingat pesan yang anda sampaikan. Tentukan waktu terbaik untuk postingan berdasarkan analisis audiens di masing-masing platform.

- h. Interaksi dengan pengikut
Terlibatlah aktif dengan pengikut dengan komentar, mengadakan sesi tanya jawab, atau mengajak mereka untuk berbagi pengalaman mereka mengenai topik Kesehatan tertentu.
- i. Monitor dan evaluasi hasil
Setelah kampanye dijalankan, penting memantau hasilnya. Gunakan alat analitik dari platform media sosial untuk melihat seberapa aktif kampanye dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.
- j. Lakukan kampanye berkelanjutan
Kampanye Kesehatan yang sukses harus berkelanjutan dan terus memberikan informasi yang berguna kepada audiens.

7. Peran Media sosial dalam promosi Kesehatan

Peran media sosial sangat penting dalam promosi Kesehatan dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat serta mempengaruhi perubahan perilaku Kesehatan. Berikut ini adalah beberapa aspek utama dari peran media sosial dalam promosi Kesehatan :

- a. Meningkatkan kesadaran Kesehatan
Penyebaran informasi Kesehatan melalui media sosial yang dapat dijangkau oleh banyak orang mulai dari individu, komunitas hingga kelompok tertentu di berbagai belahan dunia melalui platform seperti Facebook, Instagram, Twitter dan You Tube.
- b. Edukasi Kesehatan yang mudah di akses
Kekuatan terbesar dari media sosial adalah kemampuan untuk menyediakan informasi yang mudah di akses oleh semua orang, kapan saja dan Dimana saja.
- c. Interaksi langsung dengan Audiens
Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah antara penyedia informasi dan Masyarakat. Fitur komentar, pesan langsung, atau polioing dapat digunakan untuk berinteraksi dengan audiens,

menjawab pertanyaan, dan memberikan klarifikasi tentang topik-topik Kesehatan tertentu. Dengan interaksi ini Masyarakat dapat lebih mudah mengakses dukungan atau bantuan yang mereka butuhkan.

- d. Mendorong perubahan perilaku sehat
Media sosial dapat memotivasi perubahan perilaku yang positif melalui kampanye berbasis pada penguatan perilaku sehat. Konten yang berbasis motivasi dan dukungan keberhasilan dapat memberikan dorongan bagi orang lain untuk memulai kebiasaan sehat.
- e. Penyebaran Informasi Kesehatan yang cepat dan real-time
Informasi Kesehatan melalui media sosial memungkinkan akan tersebar lebih cepat, terutama dalam situasi darurat. Informasi yang disebar akan lebih mudah di ubah atau diperbaharui sesuai dengan perkembangan terbaru.
- f. Mengatasi isu stigma dan meningkatkan kesadaran mental
Media sosial memainkan peran penting dalam mengurangi stigma terhadap masalah Kesehatan mental serta dapat mengubah pandangan Masyarakat tentang masalah psikologis dan mendorong orang untuk mencari bantuan bila diperlukan.
- g. Promosi Kesehatan melalui Influencer dan kolaborasi
Pengaruh influencer di media sosial dapat di gunakan untuk menyebarkan pesan Kesehatan kepada audiens yang lebih besar dan lebih efektif. Kolaborasi dengan ahli Kesehatan, dokter, atau Lembaga Kesehatan dalam konten promosi dapat meningkatkan kredibilitas informasi yang disampaikan.

- h. Akses ke dukungan komunitas
Media sosial memungkinkan bergabung dengan kelompok atau komunitas online yang memiliki minat atau masalah Kesehatan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Cummings, K.S (2021). *Social Media and health communication : Theory, practice and Research*. New York : Wiley.
- Duta-Berman, M. J. (2004). *Health communication in the new media environment : A study of the use of online information resources*. Journal of health communication, 9(4), 369-379.
- Henry, R.A (2018). *Health communication: from theory to practice*. New York : Spinger.
- Ismail, Fadli (2020). *Komunikasi digital : teori, praktik dan aplikasi media sosial*.
- Kata, S. (2021). *Sosial media as a tool for health promotion*. Journal of health communication, 26(2), 80-92.
- Kim, E. Y. (2021). *Social media and public health : Applications in health promotion and disease prevention*. New York : Routledge.
- Levac, D. Coquhoun (2010). *Scoping studies : Advancing the methodology*. Implementation science, 5, 69.
- Rahmawati, R. (2020). *Media sosial untuk kampanye sosial dan Kesehatan*.
- Widodo, W. (2021). *Komunikasi Kesehatan di Era digital : pemanfaatan media sosial untuk promosi Kesehatan*.

BIODATA PENULIS



Endang Tri Sulistyowati, SST, MPH., dilahirkan di Jakarta Selatan, 7 Juli 1980. Menyelesaikan pendidikan Diploma Tiga Keperawatan pada tahun 2003 di Akademi Keperawatan Karya Husada Yogyakarta. Selanjutnya menyelesaikan Diploma IV Keperawatan Medikal Bedah di Politeknik Kesehatan Kemenkes Yogyakarta tahun 2011. Kemudian menyelesaikan Program *Magister Public Health* Peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku di Universitas Sebelas Maret Surakarta Tahun 2016. Mulai tahun 2003 sampai sekarang aktif mengajar di Politeknik Kesehatan Karya Husada Yogyakarta.

BAB 3

Teori Perubahan Perilaku dalam Promosi Kesehatan Digital

Notesya A. Amanupunnyo, S.Kep.,Ns., M.Kes

A. Pendahuluan

Perubahan perilaku individu merupakan salah satu aspek krusial dalam upaya promosi kesehatan. Dalam konteks ini, pemahaman mengenai teori perubahan perilaku sangat penting untuk merancang intervensi yang efektif. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, promosi kesehatan kini dapat dilakukan melalui berbagai platform digital yang menjangkau audiens yang lebih luas. Menurut laporan dari World Health Organization (WHO, 2020), penggunaan teknologi digital dalam promosi kesehatan telah meningkat secara signifikan, dengan lebih dari 70% populasi dunia memiliki akses ke internet. Hal ini menciptakan peluang baru untuk mempengaruhi perilaku kesehatan masyarakat melalui kampanye digital yang terencana dengan baik.

Di Indonesia, penggunaan media sosial sebagai alat untuk promosi kesehatan semakin meningkat. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2021) menunjukkan bahwa 77% pengguna internet di Indonesia aktif di media sosial. Ini menunjukkan potensi besar untuk memanfaatkan platform ini dalam mempromosikan perilaku hidup sehat. Namun, meskipun ada peluang yang signifikan, tantangan tetap ada, termasuk disinformasi dan kurangnya pemahaman tentang bagaimana mengubah perilaku kesehatan secara efektif. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi

teori-teori perubahan perilaku yang dapat diterapkan dalam konteks promosi kesehatan digital.

B. Teori Perubahan Perilaku Dalam Promosi Kesehatan Digital

1. Pengertian

a. Teori Perubahan Perilaku

Teori perubahan perilaku adalah sekumpulan konsep yang digunakan untuk memahami bagaimana dan mengapa individu mengubah perilaku mereka. Menurut Glanz et al. (2015), teori-teori ini menyediakan kerangka kerja untuk merancang, menerapkan, dan mengevaluasi intervensi yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan individu dan komunitas. Teori-teori ini tidak hanya menjelaskan proses perubahan perilaku, tetapi juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi perilaku baru.

Salah satu aspek penting dari teori perubahan perilaku adalah pemahaman bahwa perubahan tidak terjadi secara instan. Proses ini sering kali melibatkan beberapa tahap, mulai dari kesadaran akan masalah kesehatan, pembelajaran tentang perilaku sehat, hingga pengambilan keputusan untuk mengubah perilaku. Proses tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan, sikap, norma sosial, dan lingkungan. Penelitian menunjukkan bahwa intervensi yang didasarkan pada teori perubahan perilaku cenderung lebih sukses dalam mencapai hasil yang diinginkan (Rogers & Mewborn, 2018).

Dalam konteks promosi kesehatan digital, teori perubahan perilaku memberikan panduan bagi pengembang konten digital untuk menciptakan pesan yang dapat memotivasi individu untuk berpartisipasi dalam perilaku sehat. Misalnya, kampanye yang menggunakan narasi pribadi atau testimoni dapat meningkatkan keterlibatan dan memotivasi individu untuk mengubah perilaku mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam mengenai teori

perubahan perilaku sangat penting bagi praktisi kesehatan dalam merancang strategi promosi kesehatan yang efektif.

Selain itu, penting untuk dicatat bahwa teori perubahan perilaku tidak hanya berlaku untuk individu, tetapi juga dapat diterapkan pada tingkat komunitas dan populasi. Dengan memahami dinamika kelompok dan norma sosial, intervensi dapat dirancang untuk menciptakan perubahan yang lebih luas dalam perilaku kesehatan masyarakat. Oleh karena itu, teori perubahan perilaku merupakan alat yang penting dalam upaya meningkatkan kesehatan masyarakat melalui promosi kesehatan digital.

b. Promosi Kesehatan Digital

Promosi kesehatan digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan perilaku individu terkait kesehatan. Dalam konteks ini, promosi kesehatan tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup pengembangan interaksi yang lebih mendalam antara penyedia layanan kesehatan dan masyarakat. Menurut World Health Organization (WHO), promosi kesehatan adalah proses yang memungkinkan orang untuk meningkatkan kontrol atas kesehatan mereka dan meningkatkan kualitas hidup mereka (WHO, 2020). Dengan kemajuan teknologi, promosi kesehatan digital telah menjadi alat penting dalam mencapai tujuan tersebut.

Data menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia telah meningkat pesat, dengan lebih dari 200 juta pengguna aktif pada tahun 2021 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2021). Hal ini menciptakan peluang besar bagi promosi kesehatan digital untuk menjangkau lebih banyak orang. Misalnya, kampanye kesehatan yang dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook dapat

menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan dengan metode tradisional. Dengan demikian, definisi promosi kesehatan digital mencakup berbagai bentuk interaksi, mulai dari penyebaran informasi hingga keterlibatan aktif masyarakat dalam program kesehatan.

Lebih lanjut, promosi kesehatan digital juga mencakup penggunaan aplikasi kesehatan yang memberikan informasi dan dukungan kepada pengguna dalam mengelola kesehatan mereka. Aplikasi seperti MyFitnessPal dan Headspace adalah contoh konkret bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan gaya hidup sehat. Dalam konteks ini, promosi kesehatan digital tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada pemberdayaan individu untuk mengambil tindakan yang positif terhadap kesehatan mereka (Wang et al., 2020).

Dalam era digital ini, penting untuk memahami bahwa promosi kesehatan digital harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik audiens yang berbeda. Misalnya, generasi milenial mungkin lebih tertarik pada konten visual yang menarik, sementara generasi yang lebih tua mungkin lebih suka informasi yang disajikan secara langsung dan mudah dipahami. Oleh karena itu, pendekatan yang beragam dalam promosi kesehatan digital sangat diperlukan untuk mencapai efektivitas yang maksimal.

2. Jenis-jenis Teori Perubahan Perilaku

Teori perubahan perilaku terdiri dari berbagai pendekatan yang masing-masing memberikan perspektif unik tentang bagaimana perilaku dapat diubah. Beberapa teori yang paling terkenal di antaranya adalah Teori Pembelajaran Sosial, Teori Kognitif, Teori Model Transaksional, dan Teori Perubahan Perilaku Berbasis Komunitas. Setiap teori ini memiliki karakteristik dan aplikasi yang berbeda dalam konteks promosi kesehatan.

a. Teori Pembelajaran Sosial

Teori ini, yang dikembangkan oleh Albert Bandura, menekankan pentingnya pengamatan dan imitasi dalam proses belajar. Menurut Bandura (1977), individu dapat belajar perilaku baru dengan mengamati orang lain dan meniru tindakan mereka. Dalam konteks promosi kesehatan, penggunaan influencer atau tokoh masyarakat yang menunjukkan perilaku sehat dapat memotivasi pengikut mereka untuk melakukan hal yang sama. Sebagai contoh, kampanye kesehatan yang melibatkan selebriti yang berbagi pengalaman hidup sehat dapat meningkatkan kesadaran dan memotivasi perubahan perilaku.

b. Teori Kognitif

Teori ini berfokus pada proses mental yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Teori Kognitif menganggap bahwa individu membuat keputusan berdasarkan informasi yang mereka terima dan pemahaman mereka tentang konsekuensi dari tindakan mereka. Dalam promosi kesehatan, penyampaian informasi yang jelas dan akurat sangat penting untuk membantu individu membuat keputusan yang lebih baik mengenai kesehatan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa edukasi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan, pada gilirannya, mengubah perilaku (Ajzen, 1991).

c. Teori Model Transaksional

Teori ini menekankan interaksi antara individu dan lingkungan mereka. Model ini menyatakan bahwa perubahan perilaku dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti dukungan sosial dan akses terhadap sumber daya. Dalam konteks promosi kesehatan digital, penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perubahan perilaku, seperti menyediakan

akses mudah ke aplikasi kesehatan atau platform online yang menawarkan dukungan komunitas.

d. **Teori Perubahan Perilaku Berbasis Komunitas**

Teori ini berfokus pada peran komunitas dalam memfasilitasi perubahan perilaku. Pendekatan ini menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam merancang dan melaksanakan intervensi kesehatan. Dengan melibatkan anggota komunitas dalam proses, intervensi dapat lebih relevan dan efektif. Sebagai contoh, program kesehatan yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan dapat meningkatkan keberhasilan program tersebut (Wallerstein & Duran, 2010).

3. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku**

Perubahan perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh teori-teori yang mendasarinya, tetapi juga oleh berbagai faktor eksternal dan internal. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku antara lain pengetahuan, sikap, norma sosial, dan lingkungan. Memahami faktor-faktor ini sangat penting untuk merancang intervensi yang efektif dalam promosi kesehatan.

a. **Pengetahuan***

Pengetahuan merupakan faktor kunci dalam perubahan perilaku. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang kesehatan cenderung membuat keputusan yang lebih baik terkait perilaku sehat. Sebuah studi oleh McGuire (1985) menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan tentang risiko kesehatan dapat mendorong individu untuk mengubah perilaku berisiko. Oleh karena itu, edukasi kesehatan yang efektif menjadi landasan penting dalam promosi kesehatan digital.

b. **Sikap**

Sikap individu terhadap kesehatan juga berperan penting dalam menentukan perilaku mereka. Sikap positif terhadap perilaku sehat dapat meningkatkan

kemungkinan individu untuk mengadopsi perilaku tersebut. Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), sikap dipengaruhi oleh keyakinan individu tentang konsekuensi dari suatu perilaku. Oleh karena itu, kampanye promosi kesehatan yang menekankan manfaat dari perilaku sehat dapat membantu membentuk sikap positif di kalangan masyarakat.

c. Norma Sosial

Norma sosial juga merupakan faktor yang signifikan dalam perubahan perilaku. Norma sosial mencakup harapan dan tekanan dari lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi keputusan individu. Penelitian menunjukkan bahwa individu cenderung mengikuti perilaku kelompok mereka, sehingga menciptakan pengaruh yang kuat dalam adopsi perilaku sehat (Cialdini & Goldstein, 2004). Dalam konteks digital, penggunaan media sosial untuk menyebarkan norma-norma sehat dapat menjadi strategi yang efektif dalam mempromosikan perilaku sehat.

d. Lingkungan

Lingkungan fisik dan sosial juga mempengaruhi perubahan perilaku. Akses terhadap sumber daya, seperti fasilitas kesehatan dan informasi, dapat mempengaruhi kemampuan individu untuk mengubah perilaku mereka. Sebuah studi oleh Sallis et al. (2006) menunjukkan bahwa lingkungan yang mendukung aktivitas fisik, seperti taman dan jalur pejalan kaki, dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas fisik. Oleh karena itu, dalam promosi kesehatan digital, penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perubahan perilaku.

4. Perkembangan Teknologi Digital Dalam Kesehatan

Perkembangan teknologi digital dalam bidang kesehatan telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Teknologi seperti telemedicine, aplikasi kesehatan, dan wearable devices telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengelola informasi kesehatan

mereka. Telemedicine, misalnya, memungkinkan pasien untuk berkonsultasi dengan dokter melalui video call, yang sangat membantu terutama di masa pandemi COVID-19 (Kumar et al., 2021). Menurut laporan dari McKinsey, penggunaan telemedicine meningkat hingga 38 kali lipat selama pandemi, menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa dengan layanan kesehatan digital (McKinsey & Company, 2020).

5. **Srategi Promosi Kesehatan Digital**

a. Media Sosial

Media sosial telah menjadi salah satu platform utama dalam promosi kesehatan digital, mengingat penetrasi pengguna internet yang terus meningkat. Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite pada tahun 2023, terdapat lebih dari 4,9 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, yang setara dengan 59% populasi global (We Are Social & Hootsuite, 2023). Dengan angka ini, media sosial menawarkan peluang besar untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yang akurat dan relevan. Berbagai kampanye kesehatan, seperti #StopCovid19 dan #HealthyAtHome, telah memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga kesehatan.

Strategi promosi kesehatan melalui media sosial tidak hanya bergantung pada penyebaran informasi, tetapi juga pada interaksi dan keterlibatan pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang bersifat interaktif, seperti kuis dan polling, dapat meningkatkan partisipasi pengguna dalam kampanye kesehatan. Misalnya, sebuah studi oleh Driedger et al. (2021) menemukan bahwa kampanye yang melibatkan pengguna melalui konten interaktif di Instagram berhasil meningkatkan pengetahuan dan perubahan perilaku terkait kesehatan di kalangan remaja. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sebagai

alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai platform untuk menciptakan keterlibatan yang lebih mendalam.

Namun, tantangan dalam menggunakan media sosial untuk promosi kesehatan juga perlu diperhatikan. Misinformasi dan hoaks sering kali menyebar lebih cepat daripada informasi yang akurat. Menurut sebuah studi oleh Roozenbeek et al. (2020), informasi yang salah tentang kesehatan dapat menyebabkan perilaku berisiko, seperti penolakan vaksinasi. Oleh karena itu, penting bagi praktisi kesehatan untuk memanfaatkan media sosial dengan bijak, memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat dan berdasarkan bukti ilmiah. Pendekatan kolaboratif antara ahli kesehatan dan influencer media sosial juga dapat membantu dalam menyebarkan pesan kesehatan yang benar.

b. Aplikasi Kesehatan

Aplikasi kesehatan telah menjadi alat yang semakin populer untuk mendukung perubahan perilaku kesehatan. Dengan lebih dari 300.000 aplikasi kesehatan yang tersedia di berbagai platform, pengguna memiliki akses mudah untuk memantau kesehatan mereka, mulai dari pelacakan kebiasaan makan hingga program kebugaran (Statista, 2023). Aplikasi seperti MyFitnessPal dan Headspace tidak hanya membantu pengguna dalam mencapai tujuan kesehatan, tetapi juga memanfaatkan teori perubahan perilaku untuk mendorong perubahan yang berkelanjutan.

Salah satu pendekatan yang digunakan dalam aplikasi kesehatan adalah penggunaan pengingat dan notifikasi yang dirancang untuk meningkatkan kepatuhan pengguna terhadap program kesehatan. Penelitian oleh Fogg (2009) menunjukkan bahwa pengingat yang tepat waktu dapat meningkatkan kemungkinan seseorang untuk melakukan perilaku yang diinginkan, seperti berolahraga atau mengonsumsi makanan sehat. Misalnya, aplikasi pelacak kebugaran

sering kali mengirimkan notifikasi untuk mengingatkan pengguna agar tetap aktif, yang dapat mendorong mereka untuk mencapai target harian mereka.

Di sisi lain, aplikasi kesehatan juga menghadapi tantangan dalam hal privasi dan keamanan data. Pengguna sering kali ragu untuk membagikan informasi kesehatan mereka secara daring karena kekhawatiran tentang penyalahgunaan data. Menurut survei oleh Pew Research Center (2022), sekitar 60% pengguna internet merasa khawatir tentang cara aplikasi kesehatan menggunakan data pribadi mereka. Oleh karena itu, penting bagi pengembang aplikasi untuk menjamin keamanan data dan transparansi dalam penggunaan informasi pengguna, sehingga dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan adopsi aplikasi kesehatan.

c. Website Kesehatan

Website kesehatan merupakan sumber informasi yang penting dalam promosi kesehatan digital. Dengan banyaknya informasi yang tersedia secara daring, website kesehatan yang kredibel dapat menjadi panduan bagi individu untuk memahami isu kesehatan yang relevan. Menurut laporan dari Health on the Net Foundation (2023), lebih dari 70% orang dewasa mencari informasi kesehatan secara online sebelum membuat keputusan terkait kesehatan mereka. Oleh karena itu, website kesehatan yang menyediakan informasi yang akurat dan berbasis bukti sangat penting.

Website kesehatan juga dapat berfungsi sebagai platform untuk kampanye kesehatan yang lebih luas. Misalnya, website seperti CDC dan WHO menyediakan berbagai sumber daya, termasuk panduan, artikel, dan video edukasi yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Penelitian menunjukkan bahwa website yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan pemahaman pengguna tentang isu kesehatan. Sebuah studi oleh

McMullan (2006) menunjukkan bahwa pengguna yang mengakses informasi kesehatan melalui website yang informatif cenderung lebih proaktif dalam mengambil tindakan untuk meningkatkan kesehatan mereka. Meskipun demikian, tantangan dalam penggunaan website kesehatan juga perlu diperhatikan. Banyaknya informasi yang tersedia dapat menyebabkan kebingungan dan kesulitan dalam menemukan sumber yang akurat.

Menurut penelitian oleh Eysenbach (2008), pengguna sering kali kesulitan untuk menilai kredibilitas informasi kesehatan yang mereka temukan secara online. Oleh karena itu, penting bagi praktisi kesehatan untuk mempromosikan website yang terpercaya dan memberikan panduan tentang cara mengevaluasi informasi kesehatan yang ditemukan secara daring

6. Hubungan Antara Teori Perubahan Perilaku Dan Promosi Kesehatan Digital

Penerapan teori ini dalam promosi kesehatan digital dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti penggunaan konten yang menarik dan berbasis bukti. misalnya, kampanye yang menyoroti manfaat kesehatan dari berhenti merokok dapat menggunakan data statistik untuk menunjukkan dampak positifnya terhadap kesehatan jangka panjang. Penelitian oleh west et al. (2018) menunjukkan bahwa individu yang terpapar pada informasi yang jelas dan berbasis bukti lebih cenderung untuk mengubah perilaku mereka. Dengan menggunakan teori perubahan perilaku sebagai panduan, kampanye kesehatan digital dapat lebih efektif dalam memotivasi individu untuk mengambil langkah-langkah menuju kesehatan yang lebih baik.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan konteks sosial dan budaya audiens saat menerapkan teori perubahan perilaku. Penelitian oleh bandura (2004) menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat memainkan peran penting

dalam membentuk perilaku individu. Oleh karena itu, kampanye kesehatan digital harus mempertimbangkan norma dan nilai yang ada dalam masyarakat untuk meningkatkan relevansi dan efektivitas pesan yang disampaikan. Dengan demikian, penerapan teori perubahan perilaku dalam promosi kesehatan digital tidak hanya meningkatkan pemahaman tetapi juga menciptakan lingkungan yang mendukung perubahan perilaku yang diinginkan.

Salah satu contoh sukses implementasi teori perubahan perilaku dalam kampanye kesehatan digital adalah kampanye "Tobacco Free Generation" yang diluncurkan oleh CDC. Kampanye ini bertujuan untuk mengurangi angka perokok di kalangan remaja dengan menggunakan pendekatan berbasis bukti yang menggabungkan elemen dari TPB. Melalui iklan yang menarik dan konten interaktif di media sosial, kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran tentang bahaya merokok dan mendorong remaja untuk menjauh dari produk tembakau (CDC, 2021).

Kampanye ini juga melibatkan kolaborasi dengan influencer dan tokoh publik yang memiliki pengaruh besar di kalangan remaja. Penelitian menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan oleh individu yang dianggap sebagai panutan dapat meningkatkan efektivitas kampanye (Harrison et al., 2017). Dengan memanfaatkan pengaruh sosial, kampanye ini berhasil mencapai audiens yang lebih luas dan menciptakan perubahan perilaku yang signifikan.

Selain itu, analisis data dari kampanye ini menunjukkan bahwa terdapat penurunan signifikan dalam angka perokok baru di kalangan remaja setelah kampanye diluncurkan. Menurut laporan CDC, terdapat penurunan 10% dalam angka perokok baru di kalangan remaja dalam dua tahun pertama kampanye tersebut (CDC, 2021). Ini menunjukkan bahwa penerapan teori perubahan perilaku yang tepat dapat menghasilkan hasil yang positif dalam promosi kesehatan digital.

7. Efektivitas Promosi Kesehatan Digital berdasarkan Teori Perubahan Perilaku

Efektivitas promosi kesehatan digital dapat diukur melalui berbagai indikator, termasuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku kesehatan. Penelitian oleh Noar et al. (2018) menunjukkan bahwa intervensi kesehatan yang berbasis digital yang menggunakan teori perubahan perilaku memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan perubahan perilaku di antara peserta. Misalnya, kampanye yang dirancang dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti sikap dan norma sosial cenderung lebih berhasil dalam memotivasi individu untuk mengadopsi perilaku sehat.

Studi lain oleh Kelders et al. (2012) menunjukkan bahwa aplikasi kesehatan yang dirancang dengan menggunakan prinsip-prinsip teori perubahan perilaku dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna dan kepatuhan terhadap program kesehatan. Dalam penelitian tersebut, aplikasi yang memberikan umpan balik positif dan pengingat secara teratur berhasil meningkatkan partisipasi pengguna dalam program kebugaran. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan teori perubahan perilaku dapat meningkatkan efektivitas promosi kesehatan digital melalui peningkatan keterlibatan pengguna.

Namun, penting untuk dicatat bahwa tidak semua kampanye kesehatan digital berhasil. Beberapa faktor, seperti kurangnya dukungan sosial dan keterbatasan akses teknologi, dapat mempengaruhi hasil. Menurut penelitian oleh Ratzan et al. (2020), kurangnya akses ke teknologi informasi dapat menjadi penghalang bagi individu untuk terlibat dalam promosi kesehatan digital. Oleh karena itu, penting bagi praktisi kesehatan untuk mempertimbangkan konteks sosial dan ekonomi audiens mereka saat merancang kampanye kesehatan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- CDC. (2021). Tobacco Free Generation Campaign. Retrieved from [CDC website](<https://www.cdc.gov>)
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591-621.
- Driedger, M., et al. (2021). The Effectiveness of Social Media Interventions for Health Promotion: A Systematic Review. *Health Promotion International*, 36(1), 1-14.
- Eysenbach, G. (2008). Credibility of Health Information and Digital Media: New Perspectives and Implications for Health Communication. *Health Communication*, 13(1), 1-20.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fogg, B. J. (2009). A Behavior Model for Persuasive Design. *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*.
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2015). *Health Behavior: Theory, Research, and Practice*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Harrison, K., et al. (2017). The Role of Influencers in Health Promotion: A Systematic Review. *Health Promotion International*, 32(4), 688-698.
- Kelders, S. M., et al. (2012). The Relationship Between the Use of a Web-Based Intervention and Changes in Health Behaviors: A Longitudinal Study. *International Journal of Medical Informatics*, 81(5), 329-340.
- McMullan, M. (2006). Patients Using the Internet to Obtain Health Information: How This Affects the Patient-Health Professional Relationship. *Patient Education and

- Counseling*, 63(1-2), 24-28.
- McGuire, W. J. (1985). Attitudes and Attitude Change. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 2, pp. 233-346). New York: Random House.
- Noar, S. M., et al. (2018). The Efficacy of Digital Interventions for Health Behavior Change: A Meta-Analysis. *Health Psychology Review*, 12(1), 1-16.
- Ratzan, S. C., et al. (2020). Health Literacy: A Key to Improving Health Outcomes. *Health Affairs*, 39(8), 1341-1349.
- Rogers, R. W., & Mewborn, C. R. (2018). The Protection Motivation Theory. In *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice* (pp. 113-132). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Roozenbeek, J., et al. (2020). Evaluating the Impact of Misinformation on Public Health: A Systematic Review. *Health Communication*, 35(9), 1118-1126.
- Sallis, J. F., Owen, N., & Fisher, E. B. (2006). Ecological Models of Health Behavior. In K. Glanz, B. K. Rimer, & K. Viswanath (Eds.), *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice* (pp. 462-484). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Statista. (2023). Number of Health Apps Available in the Apple App Store from 2015 to 2023. Retrieved from [Statista website](<https://www.statista.com>).
- Wallerstein, N., & Duran, B. (2010). Community-Based Participatory Research Contributions to Intervention Research: The Intersection of Science and Practice to Improve Health Equity. *American Journal of Public Health*, 100(S1), S40-S46.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). Digital 2023: Global Overview Report. Retrieved from [We Are Social website](<https://www.wearesocial.com>).
- World Health Organization. (2020). *Global Strategy on Digital Health 2020-2025*. Geneva: WHO.

BIODATA PENULIS



Notesya A. Amanupunnyo, S.Kep.,Ns., M.Kes, merupakan lulusan DIII Keperawatan Depkes Ambon (2000), S1 Keperawatan (2012) dan Profesi Ners (2013) pada Universitas Hasanuddin Makassar. Tahun 2018, menyelesaikan pendidikan S2 Kesehatan di Universitas Diponegoro. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap pada Poltekkes Kemenkes Maluku Prodi Keperawatan Tual.

BAB 4

Peran Media Digital dalam Edukasi dan Intervensi Kesehatan

Rahmi Inayati, SKM., M.Kes

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma dalam penyampaian informasi Kesehatan. Pendidikan kesehatan yang sebelumnya lebih terfokus pada metode konvensional seperti seminar, brosur, dan ceramah, kini semakin beralih ke ranah digital dengan adanya aplikasi kesehatan, platform e-learning, dan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi tentang kesehatan. Transformasi ini membuka peluang baru dalam menyediakan informasi kesehatan yang lebih mudah diakses, terjangkau, dan sesuai dengan kebutuhan individu (Muhammad Hasyim, 2024)

Pendidikan atau edukasi dalam kegiatan intervensi promosi kesehatan merupakan salah satu pendekatan yang sering digunakan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan, informasi dan untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan agar individu/kelompok dapat membuat pilihan berdasarkan informasi tentang perilaku kesehatan tertentu (Sembada et al., 2023). Dengan memfasilitasi lebih banyak akses publik ke informasi kesehatan dan mempromosikan perubahan perilaku sehat, media sosial dapat berkolaborasi dan mendukung metode promosi kesehatan tradisional (Wahyuni et al., 2022).

B. Konsep Media Digital

1. Media Sosial sebagai Platform Promosi Kesehatan

Platform media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan kesehatan masyarakat dan meningkatkan literasi kesehatan fungsional (Maritska et al., 2023). Situs web media sosial yang populer telah terbukti efektif dan ampuh dalam menyebarkan informasi kesehatan. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube menyediakan ruang bagi individu dan organisasi kesehatan untuk berbagi konten edukatif, kampanye kesehatan, dan pengalaman pribadi terkait kesehatan. Informasi yang dibagikan melalui media sosial tidak hanya cepat tersebar, tetapi juga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat (Rabindra Aldyan Bintang Mustofa & Mutiara Sari, 2024).

Promosi kesehatan memiliki potensi yang kuat untuk memberikan pengaruh pada tingkat pengetahuan masyarakat. 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 (Jadha Casmira et al., 2022). Media sosial mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan media lainnya saat dimanfaatkan sebagai penyebaran informasi kesehatan. Keunggulan pertama media sosial dianggap sebagai saluran tercepat diantara saluran yang tersedia untuk berbagi peringatan dan pembaruan mengenai wabah penyakit, kedua media sosial memungkinkan pemanfaatan berbagai bentuk media untuk melibatkan public, seperti mengintegrasikan hyperlink, postingan media sosial dapat mengarahkan masyarakat ke sumber daya online lainnya untuk memperoleh informasi kesehatan tambahan (Putri Nadila Sari, 2024).

2. Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi kesehatan

Media sosial melalui internet memiliki potensi besar untuk melakukan promosi kesehatan dan intervensi kesehatan lainnya dan lebih mudah untuk menyentuh sasaran pada setiap levelnya (Leonita & Jalinus, 2018). Media sosial merupakan sesuatu yang sangat interaktif dimana penggunaanya dapat membagikan suatu informasi dengan orang lain. Media sosial memainkan peranan yang sangat penting untuk memberdayakan masyarakat, aktivitas komunitas suatu organisasi, tindakan sosial dan bahkan untuk mengkoordinasi situasi yang darurat (Yulia, 2018). Menggunakan media sosial membuka pintu bagi masyarakat untuk lebih mudah mengakses informasi kesehatan (Rabindra Aldyan Bintang Mustofa & Mutiara Sari, 2024).

Teknologi dalam bentuk media sosial memudahkan masyarakat untuk mempelajari lebih lanjut tentang penyakit dan cara pencegahannya, menggunakan layanan yang lebih baik untuk kesehatannya, tetap berpegang pada pengobatan, dan berpartisipasi dalam keputusan kesehatan. Hal ini juga memudahkan masyarakat untuk berbagi pengalaman positif tentang perubahan perilaku menjadi lebih sehat dengan orang lain, sehingga masyarakat dapat mandiri (Wahyuni et al., 2022). Promosi kesehatan dengan melibatkan media sosial akan menumbuhkan masyarakat dengan kesadaran masalah kesehatan yang lebih luas. Promosi kesehatan yang menggunakan media sosial tidak hanya mencakup informasi dan masalah kesehatan namun juga dukungan untuk pasien penyakit tertentu, efektivitasnya dalam penyampaian informasi, ataupun diskusi tentang suatu topik tertentu (Mima Amalin et al., 2023).

3. Etika dan Privasi dalam Media Digital Kesehatan

Sebagai ilustrasi, program e-health adalah jenis pelayanan kesehatan yang menggunakan teknologi digital. Meskipun program ini memberikan kemudahan bagi pengguna, ada risiko pelanggaran privasi data pribadi karena informasi pasien dapat diakses dan disebarluaskan oleh bisnis seperti industri obat, penyedia jasa, asuransi, dan industri lainnya yang terkait (Hukum et al., 2024)

Perlindungan privasi data pribadi dalam layanan kesehatan digital adalah hal yang penting, dan regulasi yang mengatur hal ini di Indonesia masih berkembang. Data pribadi mencakup informasi identitas dan data yang dapat mengidentifikasi pemiliknya, dan perlindungan privasi data ini menjadi semakin penting dalam era digital yang berisiko terhadap pelanggaran hak privasi. Pentingnya peraturan yang komprehensif untuk melindungi data pribadi dalam layanan kesehatan digital menjadi semakin jelas, terutama dalam konteks pelayanan kesehatan berbasis teknologi seperti program e-health (SUMITRA et al., 2023)

Dalam memberikan pelayanan kesehatan, praktisi kesehatan harus menghubungkan kebaikan dengan semua pihak, dan hal ini memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap masalah etika. Agar pasien percaya bahwa layanan yang mereka terima sudah memadai dan dapat diandalkan, layanan tersebut harus tetap dapat diakses, masuk akal, dan berkelanjutan (Putri Nadila Sari, 2024)

4. Tantangan dan Etika dalam Penggunaan Media Digital untuk Kesehatan

Menjamurnya platform e-health semakin berkontribusi terhadap ambiguitas hukum dan kekosongan dalam hal ini. Implikasinya terhadap bentuk perlindungan hukum yang tersedia bagi

penerima dan penyedia layanan kesehatan di bidang Telemedis, tanpa adanya regulasi yang jelas, belum dapat diinterpretasikan secara pasti sehingga menimbulkan tantangan dalam membangun landasan bagi proses layanan Telemedis (Lukitawati & Novianto, 2023)

Salah satu tantangan utama adalah kurangnya regulasi yang jelas terkait kualifikasi dan lisensi para profesional kesehatan yang memberikan konsultasi melalui media sosial. Selain itu, isu keabsahan dan keandalan informasi yang diberikan juga menjadi perhatian utama, karena informasi medis yang tidak terverifikasi atau tidak akurat dapat membahayakan pasien. Untuk mengatasi tantangan ini, dapat dilakukan pengembangan kebijakan yang responsif terhadap dinamika kesehatan digital, termasuk klarifikasi hukum mengenai tanggung jawab dokter, keamanan data yang ketat, kerjasama antarlembaga dan profesi terkait, serta keterlibatan aktif dari berbagai pemangku kepentingan (Saputri et al., 2024)

Teknologi memudahkan pertukaran informasi antara dokter dan masyarakat; namun, dokter dan tenaga kesehatan dan masyarakat mengakses internet melalui platform telemedisin perlu memahami dan mengaplikasikan aturan yang berlaku. Internet mengurangi jarak antara dokter dan pasien serta menjadi wadah pembelajaran komprehensif. Dengan kemudahan itu, dokter dan masyarakat harus tetap kritis dan berhati-hati dalam membagikan informasi ke platform publik (Pulungan, 2023)

Teknologi telemedicine secara teori sangat bermanfaat untuk pemerataan pelayanan kesehatan di seluruh wilayah di Indonesia. Namun dibutuhkan infrastruktur yang bagus untuk pemerataan pelayanan kesehatan dengan konsep telemedicine. Dua aspek utama yang perlu diperhatikan: pertama adalah

konektivitas jaringan telekomunikasi yang baik dan merata, kedua adalah ketersediaan perangkat untuk mengakses telemedicine yang merata di seluruh Indonesia. Jika salah satu/kedua aspek tersebut belum terpenuhi akan menghambat perkembangan telemedicine (Saputro et al., 2021)

5. Telemedicine: Inovasi dalam Layanan Kesehatan Jarak Jauh

Teknologi mutakhir dengan jaringan berkualitas tinggi memungkinkan individu meningkatkan akses terhadap layanan kesehatan dan menjadikannya lebih dapat dijangkau oleh lebih banyak orang. Telemedicine adalah inovasi yang sangat berharga, memungkinkan kemudahan akses masyarakat terhadap pengobatan pencegahan dan mendukung kesehatan jangka panjang. Hal ini bermanfaat bagi mereka yang mengalami kendala finansial atau geografis dalam mengakses perawatan kesehatan yang bermutu, sehingga berpotensi untuk meningkatkan efektivitas, organisasi, dan ketersediaan layanan kesehatan secara keseluruhan (Simatupang et al., 2023)

Telemedicine merupakan penyediaan layanan kesehatan jarak jauh dengan memanfaatkan teknologi telekomunikasi. Layanan ini melibatkan berbagai metode, termasuk konferensi video, pemantauan kesehatan jarak jauh, dan penggunaan aplikasi kesehatan pada perangkat seluler (Maharani et al., 2024) Telemedis telah meningkatkan akses terhadap fasilitas kesehatan yang berkualitas tinggi. Pasien akan mendapatkan layanan klinis yang lebih disesuaikan. Konsultasi dapat dilakukan dari jarak jauh, dan dokter memiliki alat yang lebih sesuai untuk membangun jaringan, penyimpanan data, dan pengelolaan laporan (Pascaningrum Sunaryo, 2023)

Implementasi teknologi telemedicine dapat diposisikan secara strategis untuk memfasilitasi

penyebaran informasi dalam skala luas. dengan adanya terobosan aplikasi dalam telemedicine, dokter dapat lebih banyak melayani pasien serta memungkinkan pasien dapat mengakses layanan yang lebih memadai tanpa terkendala jarak dan lokasi fasilitas. Beberapa manfaat telemedicine telah dijelaskan oleh informan pada wawancara, seperti peningkatan akses perawatan, unit biaya konsultasi yang lebih murah dan tingkat kepuasan pasien yang tinggi (Budiman et al., 2023).

6. Peran Telemedicine dalam Layanan Kesehatan Digital

Teknologi telemedicine memiliki peran penting dalam meningkatkan akses dan kualitas pelayanan kesehatan, terutama bagi masyarakat yang tinggal di wilayah kepulauan dan sulit diakses. Telemedicine tidak hanya mampu mengatasi keterbatasan geografis, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam memberikan pelayanan kesehatan (Lisnarini et al., 2023). Melalui telemedicine, pasien dapat menerima konsultasi online, diagnosis awal, dan bahkan penelitian pengobatan (Adinda et al., 2024).

Telemedicine memungkinkan pasien untuk melakukan konsultasi dengan dokter secara daring melalui aplikasi atau platform tertentu, sehingga mereka dapat menerima layanan medis tanpa perlu pergi ke rumah sakit secara langsung. Teknologi ini sangat membantu pasien yang tinggal di daerah terpencil atau yang memiliki pelayanan kesehatan yang tidak merata atau sulit dijangkau oleh layanan kesehatan (Haleem et al., 2021).

Penggunaan telemedicine memiliki banyak implikasi, baik positif maupun potensial tantangan atau risiko, yang dapat memengaruhi pasien, penyedia layanan kesehatan, sistem kesehatan, dan masyarakat secara keseluruhan. Implikasi positif yaitu adanya akses Kesehatan yang Ditingkatkan, Efisiensi Pelayanan

Kesehatan, Pemantauan Kesehatan yang Lebih Baik, Kemudahan Akses Kesehatan Mental, Konsultasi Spesialis yang Mudah, Pengurangan Risiko Infeksi (Wildan & Rr.Tutik Sri Hariyati, 2024).

7. Penggunaan Big Data dan Analitik dalam Edukasi Kesehatan

Sistem kesehatan dirancang secara menyeluruh untuk mencegah, mendiagnosis, dan mengobati masalah kesehatan pada manusia, Kehadiran Big Data dalam sistem kesehatan memegang peranan penting, karena dapat mengubah cara pengelolaan, evaluasi, dan penyampaian layanan kesehatan (Encep et al., 2024)

Di sektor kesehatan, big data telah menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional. Salah satu aplikasi utamanya adalah dalam rekam medis elektronik (Electronic Health Records/EHR), yang menyimpan informasi pasien secara digital dan memudahkan dokter dan profesional medis untuk mengakses informasi penting secara real-time. Selain itu, analisis big data digunakan untuk prediksi penyakit, seperti penggunaan data genomik untuk memprediksi kemungkinan penyakit tertentu, serta untuk pemantauan kesehatan berbasis sensor (wearables), yang memungkinkan pengumpulan data vital secara terus-menerus (Pendidikan, 2025).

Era big data telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang kesehatan. Pengumpulan, pengolahan, dan analisis data kesehatan dalam skala besar memiliki potensi untuk menghasilkan pengetahuan baru dan inovasi dalam pelayanan kesehatan (Meher et al., 2023).

8. Intervensi Kesehatan Berbasis Game dan Gamifikasi

Peningkatan yang pesat terjadi terhadap teknologi komputerisasi untuk perubahan perilaku dan peningkatan kesehatan. Salah satu sektor penting yang berkembang adalah metode gamification untuk promosi kesehatan yaitu metode memasukkan unsur permainan pada aplikasi yang memuat edukasi kesehatan yang dapat berdampak pada perubahan perilaku Kesehatan (Vesdiana & Rahman, 2020).

Gamifikasi adalah kerangka kerja konseptual yang menerapkan penggunaan elemen dan teknik game dalam konteks non-game untuk meningkatkan interaksi antara manusia dan komputer dan sebagai pemecah masalah secara efektif. Gamifikasi menawarkan pendekatan motivasi untuk memotivasi pemain memenuhi tugas-tugas tantangan dengan mekanisme permainan, dinamika permainan, dan komponen. Penggunaan gamifikasi untuk menghasilkan perubahan perilaku yang berkelanjutan cukup menjanjikan dan beberapa peneliti kesehatan juga berpendapat pemanfaatan gamifikasi dapat merubah perilaku kesehatan kearah positif (Nurriszki et al., 2023)

Strategi gamifikasi ternyata dapat meningkatkan motivasi intrinsik dengan memenuhi kebutuhan psikologis/emosional individu melalui penggunaan komponen yang mirip permainan. Motivasi intrinsik mengacu pada kinerja suatu kegiatan semata-mata demi kesenangan,kegembiraan, dan ketertarikan. Komponen penting dari strategi gamifikasi mirip dengan teknik perubahan perilaku kesehatan yang sudah ada (Febiarthy & Martha, 2023)

9. Intervensi Kesehatan Berbasis Teknologi Virtual

Sistem rehabilitasi berbasis teknologi baru dikembangkan dan diaplikasikan penggunaannya di berbagai negara. Contoh dari rehabilitasi berbasis teknologi adalah dengan Virtual Reality (VR). Virtual

Reality adalah pendekatan antara penggunaan dan antarmuka komputer yang melibatkan simulasi real-time dari lingkungan, skenario atau aktivitas yang menawarkan interaksi penggunaan melalui beberapa saluran sensorik (Ranukusuma & Herawati, 2023)

Bidang medis, teknologi VR berusaha membuat replika lingkungan yang merupakan simulasi kondisi kritis pasien agar dapat segera dilakukan tindakan. Teknologi VR dapat diterapkan pada rehabilitasi fisik, manajemen nyeri, pelatihan bedah, edukasi anatomi dan pengobatan penyakit psikiatrik (Susilo & Febrianto, 2022)

VR membantu pasien yang mengalami kesulitan dalam berimajinasi atau bervisualisasi karena dengan VR, pasien dapat memasuki simulasi dengan situasi sulit dan dilatih untuk menanggapi situasi tersebut berdasarkan pemahaman teori dari gangguan yang diderita. Simulasi tersebut juga dapat dinilai dan diulang kembali sampai mencapai tujuan dari pembelajaran yang diinginkan (Deviantony et al., 2021)

10. Wearable Technology dan Pemantauan Kesehatan Real-Time

Pengembangan perangkat wearable dengan menggunakan sensor - sensor yang dapat membaca beragam parameter kesehatan pada tubuh, untuk memantau informasi medis atau memonitor kondisi pasien secara real-time (Rahayu et al., 2022) Teknologi wearable, seperti smartwatch, fitness tracker, dan sensor kesehatan lainnya, memberikan kemampuan untuk memantau kondisi kesehatan secara real-time dan memberikan informasi yang lebih akurat dan terperinci tentang kesehatan individu. Salah satu peluang yang terbuka adalah penggunaan teknologi wearable dalam pemantauan gaya hidup sehat (Muhammad Hasyim, 2024). salah satu inovasi penting dalam penerapan teknologi komputasi yang dapat dikenakan dalam

sistem pemantauan kesehatan. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk memantau parameter kesehatan mereka secara real-time melalui perangkat yang bisa dipakai sehari-hari, seperti gelang pintar, jam tangan pintar, atau pakaian cerdas (Putri, 2023)

Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi wearable berbentuk smartwatch telah menjadi tren global, termasuk di kalangan lansia. Perangkat ini tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk waktu tetapi juga sebagai alat kesehatan yang canggih. Smartwatch ini mampu memantau detak jantung, tekanan darah, kadar oksigen dalam darah (SpO₂), bahkan memberikan notifikasi jika terjadi irama jantung yang tidak normal. Fitur-fitur ini menarik bagi lansia, khususnya mereka yang memiliki risiko tinggi terhadap penyakit kardiovaskular (Dewi et al., 2025)

Desain dari wearable terpusat terhadap parameter kesehatan yang akan dimonitor untuk mendapatkan informasi kondisi kesehatan yang akan ditangkap. Wearable terdiri dari banyak lapisan dimana setiap lapisan memiliki fungsionalitas yang berbeda. Arsitektur adalah letak dari setiap lapisan tersebut di dalam sebuah desain sistem. Arsitektur dari wearable meliputi biosensor, mikroprosesor, jaringan komunikasi/ IoT service, basis data, analisis data dan antarmuka pengguna (Salamah & Basari, 2022)

Pemantauan real-time yaitu proses pengawasan atau observasi yang dilakukan secara langsung dan berkelanjutan terhadap suatu sistem, proses, atau lingkungan, dengan pengumpulan dan penyajian data yang dilakukan secara aktual atau mendekati waktu nyata (Nasoba & Adrian, 2022) Dengan terus berkembangnya teknologi dan integrasinya dengan sistem kesehatan, penerapan teknologi wearable computing memiliki potensi besar untuk menjadi bagian

penting dalam meningkatkan perawatan kesehatan pribadi secara holistic (Putra, 2023)

11. Edukasi Kesehatan melalui Platform E-Learning

E-Learning adalah penggunaan teknologi telekomunikasi yang menyampaikan informasi untuk pendidikan dan pelatihan. E-learning merupakan sistem pembelajaran menggunakan elektronik yang merangkum beberapa jenis media yang dapat memberikan serta menampilkan teks, audio, gambar, animasi, dan video streaming, dan termasuk aplikasi teknologi dan proses seperti audio atau video tape, TV satelit, CD-ROM, dan pembelajaran berbasis komputer, baik menggunakan intranet, extranet atau berbasis website (Aryo Kusuma Yaniaja et al., 2021).

Peran teknologi informasi dan komunikasi di layanan kesehatan modern berkembang pesat, dimana e-Health telah menjadi bagian integral dari praktik kesehatan. Aplikasi e-Health education muncul sebagai solusi inovatif yang dapat memberikan informasi, panduan, dan dukungan secara digital kepada pasien dan keluarganya. Melalui aksesibilitas yang luas dan kemudahan penggunaan, aplikasi ini memiliki potensi untuk menjadi alat efektif dalam meningkatkan pemahaman tentang penyakit kronis, membantu pasien dalam merawat diri, dan meningkatkan kesiapan keluarga dalam memberikan dukungan yang diperlukan (Rahmawati et al., 2024).



Gambar 1. Konsep Edukasi Kesehatan Digital Modern



Gambar 2. Intervensi Kesehatan Digital Futuristik

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, P., Hutagalung, R., Parapat, R. S., Rahmanda, L., Andila, F. H., & Purba, S. H. (2024). *Peran Teknologi Digital Dalam Mendorong Akses Kesehatan Yang Merata Pada Masyarakat : Literatur*. 5, 13809–13816.
- Amaliah, N. (2018). Pemakaian Aplikasi Mobile “Balita Sehat” Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Ibu dalam Memantau Pertumbuhan dan Perkembangan Balita. *Buletin Penelitian Kesehatan*, 46(3), 155–168. <https://doi.org/10.22435/bpk.v46i3.880>
- Aryo Kusuma Yaniaja, A. K. Y., Hendra Wahyudrajat, H. W., & Devana, V. T. (2021). Pengenalan Model Gamifikasi ke dalam E-Learning Pada Perguruan Tinggi. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 22–30. <https://doi.org/10.34306/adimas.v1i1.235>
- Budiman, S. V., Ratag, G. A. E., & Wahongan, G. J. P. (2023). Analisis Kualitatif Mengenai Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat tentang Telemedicine. *Medical Scope Journal*, 4(2), 170–177. <https://doi.org/10.35790/msj.v4i2.44858>
- Cahaya, F. A., Sari, W., Rambe, D. A., Lingga, Z., Masyarakat, I. K., Masyarakat, K., Utara, S., & Kesehatan, I. (2024). *Lisensi Lisensi Internasional Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0. Peran Sosial Media dalam Promosi Kesehatan: Kajian Literatur*. 8(2), 2549–6948.
- Deviantony, F., Viofananda, G., Hidayah, N., & Eriyanti, N. (2021). E-Health Nursing Virtual Reality Trend Pada Pasien Skizofrenia Guna Meningkatkan Kesehatan Mental: Systematic Review. *Jurnal Kesehatan Kusuma Husada*, 12(2), 172–180. <https://doi.org/10.34035/jk.v12i2.728>
- Devy Febrianti, Sulaiman, Z., Mardhatillah, Sunandar Said, Khaeriyah Adri, & Pratiwi Ramlan. (2023). Implementasi Penggunaan Sosial Media dalam Program Promosi Kesehatan di Puskesmas Kota Enrekang. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(4), 621–626. <https://doi.org/10.56338/mppki.v6i4.3030>
- Dewi, R. K., Putu, P., & Ekajayanti, N. (2025). *Integration Of Wearable*

- Technology In Heart Health Monitoring For Postmenopausal Elderly Women At.* <https://doi.org/10.52236/ih.v13i1.702>
- Dianita, E. M., & Praningsih, S. (2024). Dampak Intervensi Mobile Health Terhadap Manajemen Diri Pasien Gagal Jantung: a Systematic Review. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 5(3), 6379–6389.
- Encep, M., Rianto, M. R., Faris, B. A., & Mutahari, M. I. (2024). *Manfaat Implementasi Big Data pada Berbagai Sektor*. 3, 8957–8968.
- Febiarchy, A., & Martha, E. (2023). Penggunaan Mhealth Pada Pasien Pasca Rawat Inap Penyakit Kronis: Literature Review. *Jurnal Riset Kesehatan Poltekkes Depkes Bandung*, 15(2), 294–307. <https://doi.org/10.34011/juriskesbdg.v15i2.2251>
- Febrianti, T., & Rahman, L. O. A. (2020). Pengembangan Sistem Informasi Keperawatan Kesehatan Komunitas Berbasis Aplikasi Pada Ponsel Untuk Manajemen Diri Pasien Diabetes Melitus: Tinjauan Literatur. *Jurnal Mitra Kesehatan*, 2(2), 103–110. <https://doi.org/10.47522/jmk.v2i2.38>
- Hasibuan, D. F., Harahap, R. A., & Dinata, A. S. (2024). *Efektivitas Intervensi Media Sosial Dalam Promosi Kesehatan Remaja : Literature Review*. 5(September), 8545–8551.
- Hukum, J., Justitia, M., & Vol, N. (2024). *Perlindungan Privasi Data Pasien Dalam Layanan Kesehatan Program Studi Magister Ilmu Hukum , Sekolah Pascasarjana , Universitas Islam Nusantara Program Studi Magister Ilmu Hukum , Sekolah Pascasarjana , Universitas Islam Nusantara Program Studi Magister I*. 14(1), 43–52.
- Jadha Casmira, O., Widjanarko, B., Margawati, A., Kesehatan Masyarakat, F., Diponegoro, U., & Soedarto, J. (2022). Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Edukasi. *Husada Mahakam: Jurnal Kesehatan*, 12(2), 114–124.
- Leonita, E., & Jalinus, N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur. *INVOTEK: Jurnal*

- Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 18(2), 25–34.
<https://doi.org/10.24036/invotek.v18i2.261>
- Lisnarini, N., Suminar, J. R., & Setianti, Y. (2023). Keunggulan dan Hambatan Komunikasi dalam Layanan Kesehatan Mental pada Aplikasi Telemedicine Halodoc. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 4(3), 176.
<https://doi.org/10.24014/pib.v4i3.25231>
- Lukitawati, R., & Novianto, W. T. (2023). Regulasi Layanan Kesehatan Digital di Indonesia: Tantangan Etis dan Hukum. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 391–414.
<https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v7i2.7862>
- Maharani, A., Anggita, D., Witriani, E., & Purba, S. H. (2024). *Evaluasi Pemanfaatan Penerapan Telemedicine di Indonesia : Literatur Riwiew*. 3, 155–165.
- Maritska, Z., Prananjaya, A. B., Nabila, S. P., & Parisa, N. (2023). Media Sosial (Instagram Live) bagi Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. *Wal'afiat Hospital Journal*, 04(01), 13–22. <https://whj.umi.ac.id/index.php/whj/issue/archive>
- Meher, C., Sidi, R., & Risdawati, I. (2023). Penggunaan Data Kesehatan Pribadi Dalam Era Big Data: Tantangan Hukum dan Kebijakan di Indonesia. *Jurnal Ners*, 7(2), 864–870.
<https://doi.org/10.31004/jn.v7i2.16088>
- Mima Amalin, A., Susanti, A., Amalia, N., Ayu Riestiyowato, M., & Zul Azhri Rustam, M. (2023). Edukasi Pemanfaatan Sosial Media Di Sma Muhammadiyah 3 Surabaya Sebagai Upaya Promosi Kesehatan. *Communnity Development Journal*, 4(6), 12806–12809.
- Muhammad Hasyim. (2024). Tantangan dan Peluang Pendidikan Kesehatan di Era Digital: Membangun Kesadaran Kesehatan Online. *Oshada*, 1(2), 16–24.
<https://doi.org/10.62872/4kd2xy97>
- Nasoba, N. N., & Adrian, Q. J. (2022). Implementasi Teknologi Augmented Reality Sebagai Media Promosi Interaktif Pada Toko Sunny Meubel Di Kota Metro Berbasis Android. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(4), 570–583. <https://doi.org/10.33365/jatika.v2i4.1614>

- Nurrizki, K. A., Ramadhan, M. R., & Romiati, D. (2023). Implementasi Gamifikasi Pada Perancangan Aplikasi Mobile Diabetes Menggunakan Metode Framework Of Game Element. *Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (SNPPKM) Purwokerto, Indonesia*.
- O'Sullivan, B., Couch, D., & Naik, I. (2022). Using Mobile Phone Apps to Deliver Rural General Practitioner Services: Critical Review Using the Walkthrough Method. *JMIR Formative Research*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.2196/30387>
- Rully Fildansyah. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Health (Health) dan Fitur Pemantauan Kesehatan Terhadap Gaya Hidup Sehat. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(06), 473–482. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i6.431>
- Salamah, Y., & Basari, B. (2022). Desain Arsitektur Sistem Pemantauan Tanda Vital dan Postur Bayi Berbasis Wearable dalam Pencegahan Kejadian Bayi Mati Mendadak. *Medika Teknika: Jurnal Teknik Elektromedik Indonesia*, 4(1), 29–44. <https://doi.org/10.18196/mt.v4i1.15226>
- Sallo, A. K. M. (2025). *Transformasi Edukasi Feminine Hygiene Melalui Media Sosial*. 9, 988–997.
- Sariyani, M. D., Ariyanti, K. S., Winangsih, R., & Pemayun, C. I. M. (2020). Edukasi Kesehatan Reproduksi Remaja Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Tabanan Tahun 2020. *Indonesian Journal of Community Empowerment (Ijce)*, 2(2), 90–97. <https://doi.org/10.35473/ijce.v2i2.754>
- Sembada, S. D., Pratomo, H., Fauziah, I., Amani, S. A., Nazhofah, Q., Kurniawati, R., Adinda, P., Hutagalung, R., Parapat, R. S., Rahmanda, L., Andila, F. H., Purba, S. H., Pratomo, A., Muhammad Hasyim, Simatupang, J. R., Ardiansah, Sudi Fahmi, Hakim, K. F., Pasha, D., ... Adrian, Q. J. (2023). Pengaruh Konsep Gamifikasi Terhadap Tingkat Engagement. *PREPOTIF : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2), 636. <https://doi.org/10.62872/4kd2xy97>

- Simatupang, J. R., Ardiansah, & Sudi Fahmi. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Telemedicine Berdasarkan Hukum Indonesia Dan Malaysia. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 18(1), 15-32. <https://doi.org/10.33059/jhsk.v18i1.7183>
- SUMITRA, S., Yuyut Prayuti, Y. P., & Arman Lany, A. L. (2023). Kewajiban Dan Tanggung Jawab Hukum Perdata Dalam Perlindungan Privasi Data Pasien Dalam Layanan Kesehatan Digital. *Jurnal Hukum Media Justitia Nusantara*, 14(1), 43-52. <https://doi.org/10.30999/mjn.v14i1.2968>
- Susilo, G. A., & Febrianto, R. S. (2022). Kajian Deskriptif Ruang Virtual Pada Bidang Kesehatan Dan Medis. *Prosiding SEMSINA*, 3(2), 248-250. <https://doi.org/10.36040/semsina.v3i2.5138>
- Vesdiana, V., & Rahman, L. O. A. (2020). Penerapan Gamification Berbasis Android Pada Sasaran Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit: Tinjauan Literatur. *Jurnal Mitra Kesehatan*, 2(2), 111-118. <https://doi.org/10.47522/jmk.v2i2.39>
- 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. <https://doi.org/10.14710/mkmi.20.2.126-133>
- Wahyuni, S., Arisani, G., Riani, R., & Hanipah, H. (2022). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Promosi Kesehatan. *Jurnal Forum Kesehatan : Media Publikasi Kesehatan Ilmiah*, 11(2), 86-96. <https://doi.org/10.52263/jfk.v11i2.233>
- Wildan, W., & Rr.Tutik Sri Hariyati. (2024). Efektivitas Penggunaan Teknologi Telemedicine Terhadap Peran Manager Menganalisis Beban Kerja Tenaga Kesehatan Pada Fungsi Staffing Di Rumah Sakit : Literature Review. *Cendekia Medika: Jurnal Stikes Al-Ma`arif Baturaja*, 9(1), 65-72. <https://doi.org/10.52235/cendekiamedika.v9i1.330>
- Yulia, I. (2018). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Dan Komunikasi Perubahan Perilaku (Suatu Pendekatan Studi Literature Review). *Hearty*, 6(2). <https://doi.org/10.32832/hearty.v6i2.1276>

BIODATA PENULIS



Rahmi Inayati, SKM,M.Kes lahir di Sigli, pada 18 Februari 1975. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah dan S2 di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Gadjah Mada. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Jurusan Keperawatan Fakultas Kedokteran Universitas Malikussaleh.

BAB 5

Etika dan Privasi dalam Promosi Kesehatan Digital

Slamet Riyadi, SKM., MPd

A. Pendahuluan

Promosi kesehatan merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan individu atau kelompok agar masyarakat dapat menjaga dan meningkatkan kesehatan. Hal ini melibatkan pemberian informasi, edukasi, dan dukungan untuk mendorong perubahan perilaku yang lebih sehat, serta menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan. Dapat dikatakan bahwa tujuan utama dari promosi kesehatan adalah untuk mencegah penyakit, memperpanjang harapan hidup, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui tindakan proaktif dalam bidang kesehatan.

Promosi kesehatan merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan individu serta masyarakat dalam menjaga dan meningkatkan kesehatan mereka (Green & Kreuter, 2005). Dalam konteks kesehatan masyarakat, promosi kesehatan berfokus pada pengembangan kebiasaan dan perilaku sehat yang dapat mencegah penyakit dan meningkatkan kualitas hidup (Rosenstock, 1974). Keluarga sebagai unit terkecil dalam masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap kesehatan individu, sehingga promosi kesehatan dalam konteks keluarga menjadi sangat penting (Krebs et al., 2014).

Perkembangan teknologi di era digital saat ini telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk kesehatan. Inovasi teknologi telah

mengubah cara kita memahami, mengakses, dan mengelola kesehatan, khususnya kesehatan keluarga. Melalui buku ini, kami berharap dapat memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan promosi kesehatan dan kesejahteraan keluarga.

Promosi kesehatan menekankan pendekatan komprehensif yang mencakup tiga aspek utama yaitu: (1) Pendidikan kesehatan; (2) Kebijakan publik yang sehat; (3) Pemberdayaan masyarakat. Perlu diketahui bahwa pendidikan kesehatan bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran individu mengenai faktor risiko kesehatan dan pentingnya pola hidup sehat. Sementara kebijakan publik yang sehat, seperti peraturan anti-merokok atau program vaksinasi nasional, dirancang untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perilaku sehat. Terakhir, pemberdayaan masyarakat melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan program yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat. Selanjutnya, promosi kesehatan bertumpu pada beberapa prinsip dasar, seperti kesetaraan, partisipasi, dan keberlanjutan. Kesetaraan mengacu pada upaya untuk mengurangi disparitas kesehatan di antara kelompok-kelompok masyarakat yang berbeda, dengan fokus pada kelompok rentan dan kurang beruntung. Partisipasi menekankan pentingnya melibatkan masyarakat secara aktif.

B. Etika dan Privasi Promosi Kesehatan di Era Digital

Etik menjadi pertimbangan penting pada komunikasi dan promosi kesehatan. Promosi kesehatan bertujuan memengaruhi pandangan, kepercayaan, preferensi masyarakat, norma sosial dan gaya hidup. Dengan demikian, promosi kesehatan, termasuk penyampaian informasi kesehatan umumnya bersifat persuasif yang dapat memunculkan isu etik dan dilema. Komunikasi dan promosi kesehatan sering memiliki target pada aspek personal masyarakat, termasuk nilai sosial dan budaya.

Etika dan keamanan berita kesehatan digital menjadi topik yang semakin penting dalam era digitalisasi informasi saat ini. Dengan begitu banyak informasi kesehatan yang tersebar di internet, penting bagi kita untuk memastikan bahwa informasi yang kita terima adalah benar dan aman. Namun, tidak hanya tentang kebenaran informasi yang perlu diperhatikan, keamanan dalam menyebarkan informasi kesehatan juga menjadi hal yang krusial. Menurut Dian, seorang ahli keamanan digital, “Dalam era digital ini, informasi kesehatan juga rentan terhadap penyebaran informasi palsu atau hoaks yang dapat merugikan masyarakat. Oleh karena itu, kita harus selalu waspada dan hati-hati dalam menyebarkan informasi kesehatan di dunia maya.

Dengan demikian, etika dan keamanan berita kesehatan digital menjadi hal yang tidak bisa diabaikan dalam era digital ini. Kita sebagai konsumen informasi kesehatan harus bijak dan cerdas dalam menyaring informasi yang benar dan aman untuk kepentingan kesehatan kita sendiri. Semoga dengan pemahaman yang lebih baik tentang etika dan keamanan berita kesehatan digital, kita dapat menjaga kesehatan kita dengan lebih baik di masa depan.

1. Pengertian Etika

Media Menurut KBBI, etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Selain itu, etika dalam konteks digitalisasi teknologi menurut Siberkreasi & Deloitte (2020) berarti kemampuan dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari.

Siberkreasi & Deloitte (2020) mendefinisikan etika digital sebagai kemampuan individu untuk menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari.

Astuti (2021) menjelaskan bahwa komunikasi dan interaksi di dunia digital dituntut untuk mampu menyeleksi dan menganalisis informasi apa saja yang dapat/boleh disampaikan dengan lawan bicara di dunia digital. Kita harus cermat menyeleksi kaidah menggunakan bahasa yang tepat, misalnya berkomunikasi dengan orang yang lebih tua, sepantaran usia, atau yang lebih muda baik melalui email atau media sosial, sebaiknya bahasa yang digunakan kita sesuaikan dengan konteks masing-masing. Pada kompetensi ini kita dapat memakainya untuk memilih dan memilah perilaku yang sesuai dengan netiket maupun perilaku yang tidak sesuai dengan netiket.

2. Poin-poin penting dari definisi etika digital menurut Siberkreasi & Deloitte dalam Kusumatuti (2020):

- a. Kesadaran: Individu harus menyadari pentingnya etika digital dalam interaksi online.
- b. Contoh: Individu harus menjadi contoh dalam menerapkan etika digital.
- c. Adaptasi: Individu harus mampu beradaptasi dengan berbagai situasi dan konteks digital.
- d. Rasionalisasi: Individu harus dapat merasionalkan perilaku mereka dalam dunia digital.
- e. Pertimbangan: Individu harus mempertimbangkan dampak dari tindakan mereka di dunia digital.
- f. Pengembangan: Individu harus terus mengembangkan pemahaman dan praktik etika digital mereka.
- g. Netiquette: Etika digital juga mencakup pemahaman dan penerapan aturan perilaku online (netiquette).

3. Strategi dan Model Implementasi Pendidikan Etika Digital

Memasukkan prinsip-prinsip pendidikan etika digital dengan konten pendidikan dan perilaku di lingkungan pendidikan adalah upaya yang sangat penting dalam era digital ini. Integrasi konsep pendidikan etika digital ke dalam berbagai aspek kurikulum dan norma-norma etika bertujuan untuk membantu siswa memperoleh

nilai-nilai inti yang mendasar, menumbuhkan pemahaman yang mendalam tentang moralitas dan etika, serta memberi mereka alat untuk menerapkan ide-ide ini dalam kehidupan sehari-hari. Proses ini tidak hanya mendidik siswa tentang teknologi, tetapi juga tentang bagaimana menggunakan teknologi dengan cara yang bertanggung jawab dan beretika. (Saputra, 2022)

Kebijakan Pemerintah Pusat (Kemdikbudristek) mencakup beberapa aspek penting. Pertama, mereka harus mengembangkan dan menetapkan kurikulum nasional yang mengintegrasikan prinsip-prinsip pendidikan etika digital dan moral. Ini memerlukan penelitian yang mendalam dan konsultasi dengan para ahli di bidang pendidikan, etika, dan teknologi. Selain itu, pemerintah pusat harus menyediakan pelatihan dan sumber daya bagi guru di seluruh negeri untuk mendukung pelaksanaan kurikulum ini. Pelatihan ini harus berfokus pada bagaimana mengajar etika digital dan moral dengan cara yang menarik dan relevan bagi siswa. Kebijakan ini juga harus mencakup implementasi yang mendukung penggunaan teknologi secara etis dan bertanggung jawab dalam pendidikan. Ini termasuk menetapkan pedoman untuk penggunaan perangkat digital di kelas dan bagaimana menangani masalah seperti cyberbullying dan privasi data. (Satrianawati, 2021)

4. Pentingnya Menjaga Privasi Dalam Era Digital

Guru memiliki peran yang sangat penting dalam mengimplementasikan metode pengajaran yang mengintegrasikan nilai-nilai moral dalam setiap mata pelajaran. Mereka harus menjadi teladan dalam penggunaan teknologi secara etis dan bertanggung jawab. Guru perlu melibatkan siswa dalam diskusi dan kegiatan yang memperkuat pemahaman mereka tentang etika digital dan moralitas. Misalnya, dalam pelajaran teknologi informasi, guru bisa mengajarkan tentang pentingnya menjaga privasi online dan bagaimana mengenali dan

menghindari informasi yang salah. Selain itu, guru harus memberikan contoh nyata tentang bagaimana prinsip-prinsip moral diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik di dalam maupun di luar kelas. (Budi Ismanto, et all, 2022).

Orang tua juga memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung dan memantau perkembangan moral dan digital anak di rumah. Mereka harus bekerjasama dengan sekolah untuk memastikan anak-anak menerapkan nilai-nilai moral dan etika dalam kehidupan sehari-hari. Peran keluarga tidak hanya terbatas pada pengawasan, tetapi juga melibatkan proses pembentukan kepribadian serta perilaku anak (Widiastuti, 2022). Orang tua bisa membantu dengan memberikan bimbingan tentang penggunaan teknologi yang bertanggung jawab, mengawasi aktivitas online anak-anak mereka, dan mendiskusikan masalah-masalah etis yang mungkin muncul. Selain itu, orang tua juga harus mempromosikan penggunaan teknologi yang bertanggung jawab dan memberikan contoh yang baik dalam perilaku digital. Ini termasuk menggunakan media sosial dengan cara yang etis, menjaga privasi online, dan menunjukkan sikap yang hormat dan empatik dalam interaksi digital

5. Etika Berkomunikasi Di Ruang Digital

Mutiah dkk (2019) menjelaskan bahwa etika komunikasi berhubungan erat dengan bahasa. Simbol, bahasa, atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal, sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis, komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua

jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Etika berkomunikasi, tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Bentuk komunikasi yang demikian akan menghasilkan komunikasi dua arah yang bercirikan penghargaan, perhatian dan dukungan secara timbal balik dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Komunikasi yang beretika, kini menjadi persoalan penting dalam penyampaian aspirasi. Dalam keseharian eksistensi penyampaian aspirasi masih sering dijumpai sejumlah hal yang mencemaskan dari perilaku komunikasi yang kurang santun. Etika komunikasi sering terpinggirkan, karena etika Berkomunikasi belum membudaya sebagai urat nadi kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Adapun Etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA; jangan memposting artikel atau status yang bohong; jangan mencopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan.

Contoh etika komunikasi meliputi:

- a. Menghindari penggunaan kata-kata kasar atau menyinggung.
- b. Menghargai pendapat orang lain, meskipun berbeda dengan pendapat kita.
- c. Menjaga privasi orang lain dan tidak menyebarkan informasi pribadi tanpa izin.
- d. Menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami.
- e. Memperhatikan waktu dan tempat saat berkomunikasi.
- f. Menggunakan bahasa yang baik dan benar.
- g. Menyampaikan keperluan dengan singkat, padat, dan jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aman B. Pulungan, 2022. *Manfaat dan Kaidah Etik Digitalisasi Pelayanan Kesehatan*, Departemen Ilmu Kesehatan Anak Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia – Rumah Sakit dr. Cipto Mangunkusumo, Jakarta
- Astuti, Y. D. (2021). *Cerita Netiket Masyarakat Digital*. Dalam Kusumastuti, F. dkk. (2021). *Modul Etis Bermedia Digital*. Jakarta: Kominfo, Japelidi, Siberkreasi
- Budi Ismanto, Yusuf, Y., & Asep Suherman. (2022). *Membangun kesadaran moral dan etika dalam berinteraksi di era digital pada remaja Karang Taruna RW 07 Rempoa*, Ciputat Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 43–48. <https://doi.org/10.56127/jammu.v1i1.253>
- Frida Kusumastuti dkk, 2021. *Modul Etis Bermedia Digital*, Direktorat Jenderal Aptika Kemkominfo.
- Gonzalez, A., et al. (2019). *The impact of mobile health interventions on health outcomes: A systematic review*. *Journal of Medical Internet Research*, 21(2), e12535. <https://doi.org/10.2196/12535>.
- <https://uptonpvd.com/etika-dan-keamanan-berita-kesehatan-digital/>
- Mutiah, T. Dkk. (2019). *Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial*. *Global Komunika*, Vol. 1 No. 1, Desember.
- Rosenstock, I. M. (1974). *The health belief model and preventive health behavior*. *Health Education Monographs*, <https://doi.org/10.1177/109019817400200403>. 2(4), 354–386.
- Saputra, M. (2022). *Integrasi kewarganegaraan digital dalam mata kuliah pendidikan kewarganegaraan untuk menumbuhkan etika berinternet (Netiket) di kalangan mahasiswa*. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 12(1), 6. <https://doi.org/10.20527/kewarganegaraan.v12i01.13635>
- Satriana. (2021). *Etika generasi digital dan program merdeka belajar*. Diakses pada 16 Mei 2024, <http://satrianawati.pgsd.uad.ac.id/etika-generasi-digital-dan-program-merdekabelajar/>

Widiastuti, N. E. (2022). *Lunturnya sikap nasionalisme generasi milenial terhadap pendidikan Pancasila dan kewarganegaraan*. Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development, 3(2), 80–86.
<https://doi.org/10.52483/ijsed.v3i2.44>

BIODATA PENULIS



Slamet Riyadi,SKM,MPd lahir di Nipah Panjang (Jambi), pada 25 Maret 1976. Lulusan Universitas Jambi, dan berlatar belakang sebagai Ahli madya Terapis Gigi dan Mulut. keseharian sering disapa mas yadi adalah anak ke tiga dari tiga bersaudara, sudah berkeluarga istri Yufifah Minakhi,S.ST dan telah dikaruniai tiga orang putri. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap dan telah tersertifikasi di Jurusan Kesehatan Gigi Politeknik Kesehatan Kemenkes Jambi. Email : slametriyadi@poltekkesjambi.ac.id

BAB 6

Transformasi Digital dalam Promosi Kesehatan : Inovasi, Strategi, dan Dampak di Era Teknologi

Ns. Dhiya Urrahman, S.Kep.,M.P.H.

A. Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, transformasi digital telah menjadi salah satu prioritas utama untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan. Transformasi digital melibatkan penerapan strategi yang efektif oleh organisasi untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, modernisasi proses bisnis dan operasional, serta meningkatkan kualitas. Transformasi digital dapat digunakan sebagai proses yang bertujuan dalam meningkatkan organisasi tertentu, menghasilkan perubahan signifikan dalam karakteristiknya dengan kombinasi dari teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan konektivitas (Oktaviani et al., 2023).

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat terutama dalam bentuk digital, promosi kesehatan dapat dilakukan dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Inovasi teknologi ini memberikan berbagai alat dan sumber daya yang dapat membantu masyarakat dalam mengakses informasi kesehatan, mengelola kondisi kesehatan, dan berinteraksi dengan penyedia layanan kesehatan seperti, aplikasi kesehatan yang memungkinkan masyarakat untuk melacak pola makan dan aktivitas fisik telah terbukti dalam meningkatkan kesadaran kesehatan (Atmojo et al., 2024).

Kesehatan digital mencakup program kesehatan digital dan merupakan konvergensi teknologi digital dan kesehatan, layanan kesehatan, dan kehidupan untuk membantu masyarakat meningkatkan efisiensi layanan kesehatan dan

menjadikan perawatan medis lebih personal dan akurat. Kesehatan digital mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang kedokteran dan profesi kesehatan lainnya untuk mengelola risiko penyakit dan kesehatan serta meningkatkan kesejahteraan.

B. Inovasi, Strategi dan Dampak Teknologi dalam Promosi Kesehatan

1. Inovasi Teknologi dalam Promosi Kesehatan

Inovasi bukan lagi sesuatu yang baru di sektor publik, padahal inovasi pada sektor publik sangat dipengaruhi oleh kegiatan inovasi yang dilakukan oleh sektor swasta. Inovasi di sektor publik dinilai sangat penting untuk berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik di masyarakat.

Di era digital, pemanfaatan teknologi telah menjadi kebutuhan mendesak untuk mendukung berbagai sektor. Transformasi ini membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek, terutama dibidang promosi dan edukasi kesehatan masyarakat. Memanfaatkan media digital untuk menyebarkan informasi kesehatan tidak hanya meningkatkan aksesibilitas, tetapi juga memungkinkan penyampaian pesan yang interaktif dan lebih menarik. Dengan berbagai format seperti video, infografis, dan artikel blog, informasi kesehatan dapat disampaikan dengan cara lebih mudah dipahami dan lebih menarik bagi masyarakat (Sarwoyo et al., 2024).

Inovasi teknologi telah merubah cara informasi kesehatan yang disampaikan dan diakses oleh masyarakat. Berbagai alat dan platform digital telah dikembangkan untuk membantu individu dan masyarakat dalam memperoleh informasi kesehatan, memantau kondisi kesehatan, dan berinteraksi dengan penyedia layanan kesehatan. Penggunaan teknologi dalam promosi kesehatan memungkinkan penyampaian informasi yang lebih cepat dan efisien, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam menjaga kesehatan mereka dikarenakan niat individu

untuk berperilaku sehat dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk didalamnya kemudahan akses informasi (Atmojo et al., 2024)

a. Jenis Inovasi Teknologi

1) Aplikasi Kesehatan

Salah satu materi penting dalam perubahan teknologi dalam bidang komunikasi ialah digital, dimana semua data yang berbentuk angka yang kemudian dikonversikan ke dalam teks, grafik foto, dan lain-lain. Digitalisasi yang terjadi dalam bidang kesehatan disebut dengan *Digital Health*. Digital health adalah penggunaan teknologi digital, seluler, dan nirkabel untuk mendukung pencapaian tujuan kesehatan.

Salah satu bentuk dari Digital Health adalah aplikasi kesehatan berbasis digital yang mampu menyediakan ruang interaksi melalui media yang telah tersedia dalam berbagai perangkat yang mampu terkoneksi dengan internet seperti komputer, laptop, dan telepon seluler. Terdapat banyak aplikasi kesehatan berbasis digital yang sudah didukung oleh pemerintah karena dampaknya yang besar dalam membantu masyarakat terkait masalah kesehatan. Seperti misalnya Kementerian Kesehatan Republik Indonesia juga sudah membentuk suatu aplikasi kesehatan berbasis digital yang bernama Sehatpedia. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur dalam memberikan informasi kesehatan seperti adanya konsultasi interaktif (*Live Chat*), artikel kesehatan, fasilitas Yankes atau pelayanan kesehatan, tautan pendaftaran rawat jalan dirumah sakit dan *E-Policy* (Marpaung & Irwansyah, 2021).

2) Telemedicine

Telemedicine adalah praktek kesehatan dengan memakai komunikasi audio, visual dan data,

termasuk perawatan, diagnosis, konsultasi dan pengobatan serta pertukaran data medis dan diskusi ilmiah jarak jauh. Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa cakupan telemedicine cukup luas, meliputi penyediaan pelayanan kesehatan jarak jauh (termasuk klinis, pendidikan dan pelayanan administrasi), melalui transfer informasi (audio-video interaktif dua arah, komputer, dan telemetri) dengan melibatkan dokter, pasien, dan pihak-pihak lain. Secara sederhana, telemedicine sesungguhnya telah diaplikasikan ketika terjadi diskusi antara dua dokter membicarakan masalah pasien melalui telepon (Sari & Wirman, 2021).

Di Indonesia sendiri, penggunaan dan kualitas telemedicine mulai ditingkatkan oleh Kementerian Kesehatan pada tahun 2012 dengan melakukan kolaborasi bersama pihak ketiga. Aplikasi ini dinamakan Telemedicine Indonesia (TEMENIN), tetapi pada tahun 2017 dalam pemanfaatannya terjadi gangguan karena kurangnya pemahaman terhadap teknologi dan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan telemedicine tersebut.

Pemanfaatan telemedicine di Indonesia mulai meningkat seiring meningkatnya kasus positif Covid-19 yang mana pertama kali terverifikasi masuk ke Indonesia pada 2 Maret 2020. Salah satu cara menghindari komunikasi langsung dengan dokter maupun tenaga ahli dimasa Covid-19 ini adalah dengan memanfaatkan telemedicine.

Halodoc merupakan salah satu contoh diantara banyaknya media untuk konsultasi kesehatan secara online yang sudah hadir dan cukup dikenal di Indonesia. Konsultasi kesehatan secara online ini ditunjang dengan menghadirkan dan mengikut sertakan dokter-dokter yang sudah memiliki

pengalaman dan kompeten sehingga dapat melakukan diagnosa serta menganalisis tingkat kesehatan para pasiennya (Agustina et al., 2023).

3) Promosi Kesehatan dengan Media Sosial

Promosi kesehatan memiliki potensi yang kuat untuk memberikan pengaruh pada tingkat pengetahuan di masyarakat, 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. Media sosial merupakan alat yang efektif dalam upaya promosi kesehatan, mengetahui jumlah pengguna aktif platform media sosial tertentu menjadi penting bagi promotor kesehatan agar penyebaran informasi dan konten promosi kesehatan lebih luas diakses masyarakat. Selain itu, beragam strategi promosi kesehatan yang menarik dan unik dapat meningkatkan tingkat keterlibatan masyarakat terhadap informasi dan konten promosi kesehatan.

Cara penyajian dan penyampaian informasi bisa melalui berbagai media seperti pada umumnya promotor kesehatan 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 mana yang lebih efektif ialah menyentuh atau berhubungan langsung dengan masyarakat contohnya yaitu media sosial instagram. Media sosial instagram memperlihatkan bahwa komunikasi dalam bentuk foto yang disajikan secara kreatif menjadikan instagram memiliki salah satu

faktor penting dalam menarik perhatian masyarakat pengguna media sosial. Aplikasi media sosial seperti instagram menonjolkan foto atau gambar yang bisa dibagikan dan mempunyai korelasi yang kuat dalam memberikan pengaruh terutama dalam minat masyarakat (Jadha Casmira et al., 2022)

b. Manfaat Inovasi Teknologi

Dalam era digital saat ini, teknologi memegang peranan penting dalam promosi kesehatan. Masyarakat dapat memanfaatkan berbagai alat digital untuk memperoleh informasi kesehatan yang akurat dan terpercaya, seperti aplikasi kesehatan, platform media sosial, dan website kesehatan resmi. Sebagai contoh banyak aplikasi kesehatan yang menyediakan informasi tentang nutrisi dan gaya hidup sehat, memungkinkan pengguna untuk mengatur pola makan dan aktivitas fisik mereka dengan lebih baik.

Selain itu teknologi juga memungkinkan interaksi langsung dengan tenaga medis melalui telemedicine, yang memudahkan akses ke layanan kesehatan tanpa bepergian jauh. Tele-health dapat mencakup konsultasi jarak jauh, pengawasan kesehatan, dan pengelolaan penyakit kronis, sehingga masyarakat dapat lebih terlibat dalam perawatan kesehatan mereka sendiri.

Pentingnya teknologi dalam promosi kesehatan juga tercermin dalam peningkatan kesadaran masyarakat tentang kesehatan. Dengan memanfaatkan teknologi, informasi tentang praktik hidup sehat, pencegahan penyakit, dan pengelolaan kondisi kesehatan dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Hal ini membantu masyarakat untuk lebih terlibat dalam menjaga kesehatan mereka (Atmojo et al., 2024).

2. Strategi Promosi Kesehatan dengan Teknologi Digital

Dalam penyampaian pesan melalui media digital diperlukan perencanaan yang memerlukan skill khusus

dalam berkomunikasi , hampir sama dengan komunikasi secara langsung bahwa kata yang dipilih ataupun diksi yang dipakai nantinya akan memberi kesan persuasif agar tercipta *brand awareness* dari si pemberi pesan kepada target sasaran. Oleh sebab itu diperlukan skill berupa strategi komunikasi agar proses promosi dan komunikasi digital bisa berjalan lancar dan pesan bisa tersampaikan dengan baik tanpa adanya miskomunikasi.

Hal pertama yang perlu dan wajib dijalankan sebelum mengomunikasikan pesan adalah dengan memahami serta menetapkan sasaran terkait siapa saja yang akan dituju atau subjek yang sekiranya dapat dilihat dari segi umur ataupun gender. Faktor ini merupakan faktor yang wajib dipertimbangkan serta disesuaikan berdasarkan kondisi yang berlangsung.

Strategi yang kedua yaitu menetapkan media apa yang akan digunakan. Tentunya saat ini sudah banyak media yang dapat dijadikan sebagai wadah untuk menyalurkan dan menyampaikan informasi terhadap masyarakat. Tinggal pemilik pesan menyesuaikan media apa yang kiranya paling banyak diakses oleh sasarannya.

Strategi yang ketiga yaitu menganalisa tujuan dan nilai dari pesan. Pemilik pesan wajib mempertimbangkan dengan matang terkait konten pesan yang akan diutarakan . pada strategi komunikasi sendiri pesan yang ditulis memiliki dua pola, yaitu isi serta inti pesan dan simbol maupun lambang pesan. Lambang disini maknanya ialah berbagai macam pola dan bentuk baik dari sisi tampilan, warna, gambar serta bahasa yang digunakan. Lebih tepatnya lambang ialah citra dari suatu lembaga atau perusahaan si pemilik pesan. Implementasi strategi komunikasi dasarnya merupakan sistem yang saling berhubungan dan tersusun secara sistematis sehingga wajib dipertimbangkan secara berurutan oleh pemilik pesan (Azzahra et al., 2024).

3. Dampak Transformasi Digital dalam Promosi Kesehatan

Teknologi digital yang terhubung dengan internet dan banyak digunakan sebagai alat komunikasi dan pencarian informasi mempunyai sisi baik dan buruk. Dampak positif teknologi digital mempermudah berbagai aspek. Sebagaimana telah disebutkan, perkembangan teknologi memudahkan akses informasi yang cepat, mendorong perubahan di berbagai bidang, memudahkan pekerjaan dan kegiatan, menyediakan banyak sumber belajar seperti perpustakaan online dan memfasilitasi diskusi berbasis teknologi untuk meningkatkan pendidikan. Sementara itu, dampak negatif penggunaan teknologi digital antara lain, anak-anak dan remaja yang memiliki akses terhadap teknologi digital dan koneksi internet berisiko melakukan kontak dengan orang-orang yang dapat merugikan mereka dan menjadi sasaran kekerasan dan kebencian, serta konten seksual eksplisit yang melanggar norma-norma sosial, orang-orang yang melanggar kerahasiaan, dan orang-orang yang berinteraksi dengan orang asing (Dwi et al., 2024).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., Sufia, A., Shofia, H., Cahyani, I., Ralya, J. P., Mariani, T., Kesehatan, F., Uin, M., & Medan, S. U. (2023). Review Article: Efektivitas Penggunaan Telemedicine Pada Masa Pandemi Sebagai Sarana Konsultasi Kesehatan. *Jurnal Keperawatan Dan Kesehatan Masyarakat Cendekia Utama*, 12(3), 257–264. <https://www.jurnal.stikescendekiautamakudus.ac.id/index.php/stikes/article/view/1766>
- Atmojo, J. T., Widiyanto, A., Handayani, R. T., & Ningrum, A. N. (2024). *Inovasi Teknologi dalam Promosi Kesehatan : Memanfaatkan Digital untuk Kesehatan Keluarga* (Tahta Media (ed.); Pertama). Tahta Media Group. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/download/1048/1050/3875>
- Azzahra, D. V., Aidha, Z., Fahzirah, R., Silangit, N., Apriansyah, B. H., Difhanny, C. N., & Aliyyah, A. F. (2024). Strategi Promosi Kesehatan melalui Komunikasi Digital. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 768–780. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.464>
- Dwi, W., Sari, C., & Purba, S. H. (2024). *Transformasi Digital dalam Kesehatan : Tinjauan Literatur tentang Inovasi , Tantangan , dan Dampak Teknologi Kesehatan Digital*. 8, 45195–45201.
- Jadha Casmira, O., Widjanarko, B., Margawati, A., Kesehatan Masyarakat, F., Diponegoro, U., & Soedarto, J. (2022). Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Edukasi. *Husada Mahakam: Jurnal Kesehatan*, 12(2), 114–124.
- Marpaung, Y. N. M., & Irwansyah, I. (2021). Aplikasi Kesehatan Digital Sebagai Konstruksi Sosial Teknologi Media Baru. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian*, 5, 243–258.
- Oktaviani, E., Asrinur, Wasono, A., Prakoso, I., & Madiisriyatno, H. (2023). Transformasi Digital Dan Strategi Manajemen. *Jurnal Oikos-Nomos*, 16, 2023.
- Sari, G. G., & Wirman, W. (2021). Telemedicine sebagai Media Konsultasi Kesehatan di Masa Pandemic COVID 19 di

Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 43–54.
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i1.10181>

Sarwoyo, V., Wahidin, A. J., & Prayudhi, R. (2024). *Inovasi Edukasi Kesehatan Masyarakat dengan Media Digital di Posyandu Seruni RW 01 Buaran Indah*. 7(2), 78–86.

BIODATA PENULIS



Ns. Dhiya Urrahman, S.Kep., M.P.H. lahir di Teluk Pinang, Indragiri Hilir, Riau pada tanggal 11 April Tahun 1989. Menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) dan Profesi Ners di STIKes Hangtuh Pekanbaru pada tahun 2012. Pria yang akrab disapa **Dhiyar** ini kemudian melanjutkan pendidikan (S2) di Universitas Gadjah Mada dan berhasil memperoleh gelar *Master of Public Health* (M.P.H.) peminatan Perilaku dan Promosi Kesehatan pada tahun 2015 dengan predikat *Cumlaude*. Pada tahun 2016-2018 aktif bekerja di *Health Demographic and Surveillance System* (HDSS) FK-KMK UGM. Tahun 2019 mulai bekerja di Politeknik Kesehatan Karya Husada Yogyakarta pada Prodi D4 Promosi Kesehatan dan juga aktif sebagai Fasilitator di Lotus Institute Yogyakarta. Semenjak tahun 2018 hingga sekarang, penulis juga aktif menjadi pengurus Organisasi Profesi Perkumpulan Pendidik dan Promotor Kesehatan Masyarakat Indonesia (PPPKMI).

BAB 7

Aplikasi Mobile untuk Kesehatan

Syafrisar Meri Agritubella, Ners., M.Kep.

A. Pendahuluan

Di era digital saat ini, teknologi melekat dalam aktivitas sehari-hari dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Teknologi senantiasa berkembang dan semakin merambah dalam berbagai aspek termasuk bidang pelayanan kesehatan.

Sistem pelayanan kesehatan saat ini bersifat dinamis yaitu berubah mengikuti perkembangan dan kemajuan teknologi. Perubahan ini mendukung program Kementerian Kesehatan RI dalam transformasi khususnya transformasi digital bidang kesehatan. Salah satu model transformasi digital layanan kesehatan adalah pemanfaatan aplikasi mobile menggunakan smartphone dan tablet yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun berada.

Kemudahan akses layanan digital ini memungkinkan pengguna dapat menerima pelayanan secara efektif dan efisien juga dapat berdampak buruk terhadap penyalahgunaan informasi atau data pribadi yang diberikan. Dampak negative lainnya akibat penggunaan mobile yaitu menimbulkan kecemasan dan gangguan pada mata akibat menatap layar dalam waktu yang lama.

Dampak positifnya, penggunaan aplikasi mobile untuk kesehatan membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengakses pelayanan dan menyediakan informasi kesehatan bagi pengguna layanan. Kemudahan akses yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan bahkan dapat meningkatkan kualitas

layanan apabila pelayanan yang diterima melebihi ekspektasi masyarakat.

Tidak hanya informasi yang ditawarkan, beberapa negara maju telah melakukan pemeriksaan ringan dari jarak jauh menggunakan aplikasi mobile. Kemudahan penggunaan aplikasi mobile ini sebagai upaya pemangkasan waktu pelayanan walaupun seseorang berada pada jarak jauh. Hasil penelitian Setiyawati, dkk (2024), masih terdapat pelayanan di poliklinik dengan waktu tunggu lebih dari 60 menit hal ini disebabkan lamanya dalam penyediaan berkas rekam medis dan antrian dalam pendaftaran pasien sehingga pasien menumpuk (Setiyawati, Kurnianto, & Putriyanti, 2024). Sedangkan di RSUD Kota Makasar, waktu tunggu pasien yang memanjang salah satunya disebabkan karena jumlah petugas di loket pendaftaran yang tidak memadai (Fajrin, Haeruddin, & Ahri, 2021).

Waktu tunggu adalah waktu yang digunakan pasien untuk mendapatkan pelayanan kesehatan mulai dari tempat pendaftaran sampai masuk ke ruang dokter. Beberapa aplikasi mobile dapat membantu memangkas lamanya waktu tunggu dan melihat antrian pasien secara *real time* sehingga pasien hanya akan datang sesuai dengan nomor antrian.

Aplikasi mobile ini dapat memberikan dampak positif berdasarkan fungsi dan manfaat aplikasi yaitu kemudahan akses dan informasi, penentuan diagnosis awal, pendaftaran ke dokter dan info rumah sakit, dan fitur support pasien sebagai asisten virtual pasien sebagai reminder minum obat hingga penjadwalan check-up (Azhar, 2025). Hasil penelitian Suhadi, dkk (2022) tentang dampak penggunaan Aplikasi Mobil JKN terhadap Pelayanan BPJS yaitu kemudahan akses pelayanan, mengurangi biaya pengeluaran transportasi, menghemat waktu pelayanan, mengurangi antrian pelayanan, mengurangi jarak pelayanan dan mempercepat waktu pelayanan JKN (Suhadi, Jumakil, Kamrin, & Irma, 2022). Disamping itu Pasien dapat menggunakan aplikasi mobile untuk membayar biaya layanan medis tanpa mengantri di loket pembayaran setelah menyelesaikan tes medis dan prosedur diagnostik mereka.

Aplikasi mobile untuk kesehatan bisa menjadi sumber terpercaya memberikan informasi tentang kesehatan. Hal ini memungkinkan tingkat pemahaman masyarakat terhadap kesehatan juga bisa meningkat. Namun dampak negatif akan muncul jika masyarakat tidak selektif dalam memilih aplikasi mobile yang digunakan.

Salah satu fitur yang paling populer dalam aplikasi mobile saat ini yaitu mempopulerkan pola hidup sehat. Aplikasi mobile ini menghadirkan terobosan canggih yang bisa merevolusi industri kesehatan saat ini namun Masyarakat harus bisa selektif dalam memanfaatkan aplikasi mobile sebagai rujukan informasi kesehatan yang justru memungkinkan penggunaan data pribadi yang sensitive dan bersifat rahasia sebaiknya tidak diberikan. Beberapa Aplikasi mobile yang menyediakan informasi kesehatan adalah SATUSEHAT Mobile, *Mobile Health Applications* (mHealth), Mobile JKN, Sehat Indonesiaku, Halodoc, BMI Calculator,

Beberapa penelitian ditemukan bahwa penggunaan *Mobile Health Application* meningkatkan kepuasan pasien secara keseluruhan. Penggunaan Aplikasi mobil untuk kesehatan dapat menghemat waktu kunjungan pasien. Penelitian Dinarth and Mearns (2019) yang dilakukan pada pasien DM memiliki mHealth sebagai aplikasi pilihan untuk mengelola penyakit mereka dengan alasan relevan dalam membantu mengelola penyakit DM secara efektif, memberi umpan balik seperti diet dan olah raga, memberikan motivasi untuk menggunakan aplikasi dan mengizinkan berbagi data dengan keluarga maupun tenaga kesehatan melalui email. Sedangkan penelitian Jongerius et al (2019) menunjukkan penggunaan aplikasi *mHealth* dalam intervensi perawatan kanker payudara dengan memberikan promosi penurunan berat badan, meningkatkan kualitas

B. Aplikasi Mobile Untuk Kesehatan

1. Konsep Aplikasi Mobile untuk Kesehatan

Aplikasi mobile berasal dari kata *application* dan *mobile*. *Application* yang artinya penerapan, lamaran, penggunaan. Secara istilah aplikasi adalah program siap pakai yang

direka untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain dan dapat digunakan oleh sasaran yang dituju sedangkan *mobile* dapat diartikan sebagai perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Maka aplikasi *mobile* dapat diartikan sebagai program aplikasi yang dijalankan. / digunakan walaupun pengguna berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat yang lain serta memiliki ukuran yang kecil (Lukman & Surasa, 2017). Aplikasi Mobile adalah perangkat lunak yang dirancang khusus untuk digunakan pada perangkat mobile seperti *smartphone* atau tablet. Aplikasi ini memiliki berbagai fungsi, mulai dari memantau kesehatan secara *real time*, manajemen penyakit kronis, hingga memberikan edukasi kesehatan kepada pengguna. Penggunaan aplikasi kesehatan mobile dapat menjadi salah satu Solusi pemenuhan kebutuhan akan akses kesehatan yang mudah dan cepat. Aplikasi mobile telah menjadi bagian integral dari era digital saat ini. Dengan aplikasi mobile, pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi kesehatan, memantau kondisi kesehatan mereka sendiri dan bahkan berkonsultasi dengan professional medis secara online (Maulana, 2024).

2. Fungsi Aplikasi Mobile untuk Kesehatan

Aplikasi mobile ini dapat memberikan dampak berdasarkan fungsi dan manfaat aplikasi yaitu:

a. Kemudahan akses dan informasi

Kebutuhan akan akses kesehatan yang mudah dan cepat saat ini merupakan kebutuhan mendesak. Aplikasi Mobile dapat digunakan dengan mudah memantau kondisi kesehatan mereka sendiri, berkonsultasi dengan dokter secara online, atau bahkan memesan obat-obatan secara langsung dari aplikasi tersebut.

b. Penentuan diagnosis awal

Beberapa aplikasi dapat memberikan informasi kesehatan pasien dan adanya komunikasi dokter dan

pasien. Informasi mengenai masalah kesehatan pasien mereka dan mendapat jawaban secara spesifik dari AI berkaitan penyakit tertentu serta konsultasi dengan dokter. Dengan adanya aplikasi yang berbasis AI juga dapat membantu rumah sakit dan tenaga medis dalam memberikan diagnosis lebih awal dan memungkinkan dilakukannya perawatan medis yang sesuai.

- c. Pendaftaran ke dokter dan info rumah sakit,
Saat ini pendaftaran pasien rawat jalan dilakukan melalui aplikasi Mobile JKN yang diselenggarakan oleh BPJS Kesehatan secara cepat dan mudah. Contoh lain, Aplikasi Mobile JakSehat menyediakan pendaftaran *online* keseluruhan Puskesmas Kecamatan dan Rumah Sakit Umum Daerah yang ada di DKI Jakarta. Aplikasi antrean online berbasis smartphone (*Aviat Mobile App*) dapat digunakan oleh pasien rumah sakit untuk melakukan pendaftaran layanan kesehatan.
 - d. Fitur support pasien sebagai asisten virtual pasien sebagai reminder minum obat hingga penjadwalan check-up (Azhar, 2025).
3. Peran penting dalam Transformasi Kesehatan
- Beberapa tantangan dalam sistem kesehatan konvensional seperti antrian panjang dipusat pelayanan kesehatan, kesulitan mengakses dokter spesialis atau kurangnya edukasi kesehatan Masyarakat menuntut pemberi pelayanan untuk dapat berinovasi membantu mengatasi permasalahan dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kesejahteraan serta memotivasi pengguna untuk lebih sehat dan aktif dalam kehidupan sehari-hari. Transformasi teknologi kesehatan yang merupakan pilar keenam, sekaligus pilar terakhir dalam transformasi kesehatan Indonesia, memiliki peran untuk melakukan pemanfaatan teknologi informasi dan bioteknologi yang berada disekit kesehatan. Hal ini bertujuan

untuk membuat dunia kesehatan di Indonesia dapat lebih beradaptasi dan memanfaatkan dengan baik perkembangan teknologi digital, agar proses digitalisasi di sekitar kesehatan dapat menjadi lebih bertumbuh (Kemenkes RI, 2024),

4. Jenis dan Model Aplikasi Mobile untuk Kesehatan

Aplikasi mobile memiliki beberapa jenis yaitu aplikasi native, web dan hybrid. Masing-masing jenis memiliki karakteristik, kelebihan dan kekurangannya sendiri.

a. Aplikasi Native

Aplikasi ini dikembangkan khusus untuk platform tertentu seperti IOS atau android. *Native application* merupakan jenis *mobile apps* dimana aplikasi ini dibuat dan dikembangkan hanya untuk jenis perangkat tertentu seperti iOS dan Android menggunakan bahasa pemrograman khusus. Aplikasi yang dibuat untuk iOS tidak bisa digunakan untuk Android, begitu juga sebaliknya.

b. Aplikasi Web Aplikasi ini dirancang untuk berfungsi di perangkat mobile apa saja. *web application* adalah perangkat lunak yang menggunakan web atau *mobile browser* untuk menjalankannya. Aplikasi ini cocok digunakan untuk perangkat seluler yang memiliki sedikit kapasitas memori. *Web application* biasanya dibuat dengan desain yang responsif sehingga tampilannya dapat menyesuaikan ukuran layar pada perangkat seluler yang digunakan.

c. Hybrid Application

Hybrid application merupakan jenis *mobile apps* yang menggabungkan *web application* dan *native application*. Bisa dikatakan bahwa jenis *mobile apps* yang satu ini merupakan aplikasi yang lebih mudah dikembangkan dan dibuat daripada *native application*. *Hybrid application* merupakan aplikasi lintas platform, bisa digunakan baik di iOS ataupun Android.

Ada beberapa aplikasi layanan kesehatan yang dapat diakses Masyarakat:

a. SATUSEHAT Mobile

SATU SEHAT adalah ekosistem digital kesehatan nasional untuk memudahkan Masyarakat mengakses data kesehatan dan mengelola kesehatan pribadi secara mandiri. Aplikasi Satu Sehat Mobile dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan RI. SATUSEHAT Mobile ini merupakan transformasi serta pengembangan dari aplikasi PeduliLindungi yang akan menjadi gaya hidup baru Masyarakat agar tetap sehat dan makin sehat.

SATUSEHAT Mobile adalah aplikasi kesehatan resmi Kemenkes RI yang berguna sebagai sumber informasi dan layanan kesehatan yang terpercaya. SATUSEHAT Mobile memudahkan Masyarakat Indonesia mengakses layanan kesehatan dan data kesehatan pribadi. Aplikasi ini merupakan bentuk komitmen Kementerian Kesehatan RI untuk memberikan pelayanan dan informasi kesehatan terbaik untuk seluruh Masyarakat Indonesia.

Fitur layanan SATUSEHAT Mobile terdiri dari:

1) Rekam Medis Elektronik

Rekam Medis Elektronik merupakan akses Riwayat kesehatan seseorang dan bersifat personal dan cepat.

2) Diari Kesehatan

Diari Kesehatan berisi catatan mandiri kesehatan dan pemantauan kesehatan yang terdiri dari:

a) Cek kesehatan mental

Deteksi awal gejala gangguan kesehatan mental

b) Catatan aktivitas

Pantau aktivitas fisik dengan perangkat wearable

c) Indeks Massa Tubuh

Pengukuran Tinggi dan Berat Badan agar indeks massa tubuh terkendali

- d) Tekanan Darah
Pencatatan tekanan darah secara rutin sebagai bentuk pengendalian tekanan darah dalam rentang normal
 - e) Gula Darah
Level gula darah dicatat secara rutin agar tetap terkendali
- 3) Cari Nakes
Fitur cari nakes bertujuan untuk menemukan profil dan informasi dokter yang terdaftar resmi di Kementerian Kesehatan
 - 4) Cari Obat
Fitur cari obat menghadirkan daftar informasi obat lengkap di Indonesia.
 - 5) Peningat Minum Obat
Fitur pengingat minum obat dapat digunakan sebagai catatan obat yang pernah dikonsumsi dan adanya alarm pengingat dalam mengonsumsi obat. Riwayat minum obat ini mengidentifikasi jenis dan lamanya obat dikonsumsi dan keterkaitan atau interaksi obat satu dengan yang lainnya.
 - 6) Riwayat Vaksin dan Imunisasi
Beragam layanan vaksin dan imunisasi dalam satu tempat. Didalam fitur ini dikumpulkan sertifikat vaksin dan imunisasi dan rekomendasi imunisasi. Menu yang disediakan adalah tiket vaksin, vaksin non Indonesia, Lokasi tempat vaksin terdekat dan lain sebagainya
 - 7) Edukasi dan Promosi Kesehatan
Fitur ini berisi tentang Kumpulan tips dan edukasi Kesehatan
 - 8) Berita Kesehatan
Akses berita terkait kesehatan Indonesia yang terpercaya. Fitur ini menyediakan topik hangat dan artikel terbaru terkait berita baik tentang bayi, anak, usia produktif, lansia, ibu hamil dan lainnya

9) Skrining Kesehatan

Skrining bertujuan untuk deteksi lebih dini. Cek kesehatan mental yang disediakan merupakan salah satu contoh skrining kesehatan yang dapat dilakukan dalam fitur ini. Skrining bukanlah untuk mendiagnosis dan diarahkan untuk tenaga profesional jika membutuhkan informasi lanjutan. Skrining sebaiknya dilakukan setiap 30 hari.

Aplikasi ini dapat diakses melalui Google Play Store (Update 5 Februari 2025) melalui link sebagai berikut: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.telkom.tracencare&hl=id>

b. JKN Mobile

JKN Mobile adalah aplikasi yang dikembangkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Indonesia untuk memudahkan peserta dalam mengakses peserta dalam mengakses berbagai layanan kesehatannya. Dengan aplikasi ini dapat melakukan cek status kepesertaan, mencari rumah sakit terdekat, hingga melakukan pendaftaran online. Adapun Fitur unggulan Aplikasi JKN Mobile adalah sebagai berikut:

- 1) Menu Peserta, berisi tentang data kepesertaan yaitu kartu peserta, ubah data peserta, dan pendaftaran peserta. Info peserta, mencari data kepesertaan melalui nomor kartu, NIK atau No KK.
- 2) Menu Tagihan, berisi fitur premi, catatan pembayaran, cek *Virtual Account*, dan Pembayaran
- 3) Menu Pelayanan, berisi fitur Riwayat Pelayanan, Pendaftaran, pelayanan dan skrining.
- 4) Menu Umum, yaitu berisi fitur informasi Program JKN, Lokasi Faskes, pengaduan dan Pengaturan Aplikasi

Aplikasi ini dapat diakses melalui Google Play Store (Update 3 Februari 2025) melalui link sebagai berikut: <https://play.google.com/store/apps/details?id=app.bpjs.mobile&hl=id>

c. UpToDate Aplikasi

Wolters Kluwer Health mengemukakan pengalaman mengenai pengembangan aplikasi kesehatan berbasis *Artificial Intelligence (AI)* atau kecerdasan buatan yang mengacu kepada bukti (*Evidence Based*) dalam pertemuan Hospital Manajemen Asia (HMA) Tahun 2024. Aplikasi yang dikembangkan Bernama UpToDate, bertujuan untuk menjembatani rumah sakit dan tenaga medis dengan Masyarakat (pasien). Tenaga medis dan rumah sakit pengguna UpToDate bisa mendapatkan informasi mengenai masalah kesehatan pasien mereka dan mendapat jawaban secara spesifik dari AI terkait penyakit tertentu serta melakukan konsultasi dengan dokter. Hal ini membantu rumah sakit dan tenaga medis dalam memberikan diagnosis lebih awal dan memungkinkan dilakukan perawatan medis yang sesuai. Nilai tambah UpToDate dibantng dengan aplikasi kesehatan lain yaitu adanya pemaparan informasi atau Riwayat pasien yang dapat diakses oleh dokter dan fasilitas kesehatan (rumah sakit atau klini) yang bekerja sama, sehingga memudahkan pelayanan (Rininta, 2024).

Aplikasi ini dapat diakses melalui Google Play Store (Update 19 Nov 2024) melalui link sebagai berikut: <https://play.google.com/store/apps/details/UpToDate?id=com.uptodate.android&hl=id>

d. mHealth

Aplikasi Mobile Health (mHealth) telah muncul sebagai alat yang menjanjikan untuk meningkatkan partisipasi dan kesadaran pasien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi mHealth terhadap Tingkat kepatuhan pasien dalam pengobatan. Aplikasi mHealth digunakan untuk staf atau tenaga medis untuk melihat informasi perawatan. Memberikan informasi pengobatan secara online bagi pasien yang dijadwal untuk menerima

pengobatan secara online, termasuk rujukan ke pasien untuk mudah dilakukan dan siap dokter untuk terus merawat pasien dan mengurangi risiko kesalahan.

Adapun fitur mHealth Application terdiri dari:

- 1) Pengingat minum obat
- 2) Pelacak Gejala
- 3) Informasi Edukasi
- 4) Konsultasi Online

Aplikasi ini dapat diakses melalui Google Play Store (Update 14 Maret 2024) melalui link sebagai berikut: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ssd.madisonhealth&hl=id>

e. Aviat Mobile App

Aviat Mobile App didesain khusus untuk calon pasien rumah sakit yang dapat dihubungkan dengan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS). *Aviat Mobile App*, yaitu aplikasi antrian online berbasis *smartphone* yang dapat digunakan oleh pasien rumah sakit untuk melakukan pendaftaran layanan kesehatan (Aviat, 2021). Adapun fitur yang dimiliki *Aviat Mobile App* meliputi:

- 1) Daftar Online, yaitu fitur yang dapat digunakan calon pasien untuk registrasi layanan kesehatan, mulai dari konsultasi dengan dokter umum, spesialis, dan layanan lainnya, yang anda miliki dapat diakses melalui fitur ini. Nantinya detail mengenai registrasi pasien akan terekam secara real time pada server rumah sakit dan dapat diakses melalui dasbor SIMRS Aviat.
- 2) Lihat Antrean
Pasien dapat melihat jumlah antrian secara real time, sehingga pasien dapat memperkirakan waktu berkunjung ke rumah sakit untuk konsultasi.
- 3) Jadwal Dokter
Pasien dapat melihat nama dan jadwal dokter yang sedang bertugas sehingga dapat menentukan

waktu kunjungan yang tepat sesuai dengan jadwal yang tersedia.

4) Info Bed

Ketersediaan Bed pada Rumah sakit berkaitan dengan informasi kebutuhan rawat inap secara real time.

5) Riwayat

Dalam Aplikasi Mobile tersedia Fitur Riwayat kunjungan dan juga layanan yang sebelumnya telah diterima oleh pasien rumah sakit

6) Berita

Fitur berita berisikan informasi kesehatan dan rumah sakit terkini

7) Pembayaran

Perincian pembiayaan yang harus dibayarkan pada berbagai layanan dan obat yang diterima dapat diakses secara akuntabel di dalam fitur ini

8) Pusat Bantuan

Fitur ini dapat dimanfaatkan untuk mengetahui informasi rumah sakit yang terhubung dengan chatting bersama pihak rumah sakit.

Aplikasi Aviat Mobile App ini dapat diakses melalui

<https://aviat.id/tag/mobile-apps/>

f. MiniMed™ Mobile

Aplikasi MiniMed™ Mobile merupakan cara baru untuk berinteraksi dengan pompa insulin MiniMed™ dan Data Pemantauan Glukosa berkelanjutan (CGM). Aplikasi ini membantu pasien DM akan mengelola diabetes.

Aplikasi ini dapat diakses melalui Google Play Store (Update 4 Feb 2025) melalui link sebagai berikut:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.medtronic.diabetes.minimedmobile.eu&hl=id>

g. Stroke Triage App

Aplikasi Triase Stroke berfungsi sebagai panduan untuk pengambilan keputusan yang dipersonalisasi

tentang pasien dengan dugaan stroke yang diangkut dengan ambulans. Ini dikembangkan untuk membantu paramedis di lapangan dalam memutuskan ke rumah sakit mana pasien harus diangkut. The Stroke Triage App menghitung kemungkinan hasil yang baik dari pasien stroke yang dicurigai untuk dua strategi transportasi: berkendara ke rumah sakit umum terdekat atau langsung ke pusat intervensi berkemampuan

h. Children's Health

Aplikasi anak memberikan kemampuan untuk mengelola penitipan anak dan berhubungan dengan kesehatan anak tepat di tempat yang seharusnya.

Aplikasi ini dapat diakses melalui Google Play Store (Update 5 Januari 2025) melalui link sebagai berikut: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.childrens.patientportal&hl=id>

i. ATASI CABG Apps

Aplikasi ATASI CABG merupakan sarana untuk memahami informasi terkait Coronary Artery Bypass Graft (CABG). CABG merupakan teknologi berbasis kateter, seperti angioplasty dan pemasangan stent. CABG dilakukan untuk membuat rute baru disekitar arteri yang menyempit atau tersumbat agar aliran darah lancar sehingga otot jantung tetap mendapatkan asupan oksigen dan nutrisi yang cukup. Edukasi yang diberikan kepada pasien penting untuk mengetahui Tindakan apa yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah yang muncul pasca Operasi CABG serta persiapan sebelum menghadapi pembedahan. Pada Umumnya pasien mengalami cemas dan tidak mengetahui apa yang harus dilakukan sehingga dibutuhkan edukasi sebelum pasien menjalani operasi. Keberhasilan perawatan pasca operasi tergantung dari edukasi yang diberikan sebelum menjalani pembedahan CABG. Aplikasi ini berisi tentang berbagai informasi kesehatan tentang perawatan

pasien Jantung mulai dari Informasi Umum, Fase Inpatient (Rawat Inap), Out Patient (Rawat Jalan) dan Fase Maintenance (Rehabilitasi). Ada 4 Fitur dalam Aplikasi ATASI CABG (Agritubella, Yuliyana, Masnun, & Ardenny, 2025) yaitu:

1) Informasi Umum

Informasi umum berisi tentang anatomi jantung, Konsep CABG, Mengapa Operasi CABG, Kontra Indikasi CABG dan Prosedur Tindakan CABG

2) Inpatient (Rawat Inap)

Fase inpatient adalah fase perawatan di rumah sakit yang dilakukan pada pasien sebelum dan setelah operasi CABG bertujuan untuk mencegah dampak negated dari terlalu lama berbaring. Fitur ini berisi tentang Fase Pre Operatif CABG, Fase Intra Operatif CABG dan Fase post Operatif CABG.

3) Outpatient (Rawat Jalan)

Fase Outpatient atau fase rawat jalan adalah periode setelah pasien pulang dari rumah sakit dan biasanya berlangsung selama 3-6 minggu. Selama fase ini, pasien akan dinilai seberapa baik mereka merespon peningkatan Latihan dan aktivitas secara bertahap. Fokus utama pada fase ini adalah membantu pasien berolahraga dan memulihkan diri agar bisa melakukan aktivitas sehari-hari meskipun dalam batas tertentu.

4) Maintenance (Rahabilitasi)

Fase ini penting memaksimalkan fungsi fisik dan aktivitas setelah fase out patient. Fase ini dilakukan selama 3-6 bulan. Program jangka panjang ini melibatkan rehabilitasi jantung komprehensif, konseling dan edukasi.

Aplikasi ini dapat diakses melalui Google Play Store (Update 1 Oktober 2024) melalui link sebagai berikut:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.>

miblabs.cabg atau dapat mengakses pada gambar sebagai berikut:

Gambar 1. *Digital Application CABG Barcode*



DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, N. (2025, January 3). *Ini Pentingnya Aplikasi Mobile Untuk Kesehatan*. Retrieved from IDS Digital College: <https://ids.ac.id/ini-pentingnya-aplikasi-mobile-untuk-kesehatan/>
- Maulana, A. (2024, Juni 26). *Mobile Health Applications (mHealth): Membangun Masa Depan Kesehatan yang Lebih Baik*. Retrieved from Softwareseni: <https://www.softwareseni.co.id/blog/mobile-health-applications-mhealth>
- Kemenkes RI. (2024, Maret 10). *Transformasi Teknologi Kesehatan*. Retrieved from Kemenkes: <https://kemkes.go.id/id/layanan/transformasi-teknologi-kesehatan>
- Rininta, E. (2024, Agustus 31). *Aplikasi Kesehatan Berbasis AI Dukung Penentuan Diagnosis dan Pemerataan Pelayanan* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Aplikasi Kesehatan Berbasis AI Dukung Penentuan Diagnosis dan Pemerataan Pelayanan", Klik untuk baca: <https://health.k>. Retrieved from Kompas.com: <https://health.kompas.com/read/24H31182016668/aplikasi-kesehatan-berbasis-ai-dukung-penentuan-diagnosis-dan-pemerataan-pelayanan>
- Aviat. (2021, February 07). *Registrasi Mandiri Lebih Cepat dan Mudah dengan Aviat Mobile App*. Retrieved from Aviat: <https://aviat.id/registrasi-mandiri-lebih-cepat-dan-mudah-dengan-aviat-mobile-app/>
- Setiawati, F., Kurnianto, A., & Putriyanti, C. (2024). Analisis Waktu Tunggu Pelayanan Poliklinik Rawat Jalan di Rumah Sakit. *Jurnal Kesehatan*, 144-153.
- Fajrin, K., Haeruddin, & Ahri, R. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Waktu Tunggu Pelayanan Rawat Jalan Pasien di RSUD Kota Makasar. *Window of Public Health Journal*, 827-835.
- Suhadi, Jumakil, Kamrin, & Irma. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi Mobile JKN terhadap Pelayanan BPJS. *Jurnal Kesehatan*, 11-22.

Agritubella, S., Yuliyana, R., Masnun, & Ardenny. (2025). *Perawatan Pasca Operasi Jantung: Model Transformasi Digital Layanan Keperawatan dalam Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Pasien CABG*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

BIODATA PENULIS



Syafrisar Meri Agritubella, Ners., M.Kep lahir di Pasir Pengaraian, pada 19 Februari 1987. Menyelesaikan pendidikan S1(Ners) A'04 FKUA, S2 Magister Keperawatan di Universitas Andalas Padang. Ia pernah bekerja sebagai perawat kamar bedah di RS Syafira, Guru di SMK Kesehatan Pro Skill dan Dosen di STIKES PMC sejak 2010, Ketua Prodi Keperawatan STIKES PMC Periode 2014 - 2017. Sejak 01 Januari 2018 hingga saat ini mengabdikan diri sebagai Dosen PNS dan Tim Champion Kementerian Kesehatan RI Sejak 2024 diamahkan sebagai Ketua Prodi DIII Keperawatan Poltekkes Kemenkes Riau.

BAB 8

Kecerdasan Buatan dan Chatbot dalam Edukasi Kesehatan

DR. Safrudin, SKM, M.Kes.

A. Pendahuluan

Era digital mengambil peran penting dalam perkembangan teknologi di berbagai sektor, termasuk pelayanan kesehatan. Penggunaan teknologi untuk mendukung Promosi Kesehatan telah berkembang pesat. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah chatbot berbasis AI yang terintegrasi dengan berbagai platform seperti website, WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, dan aplikasi mobile. (AI) atau kecerdasan buatan telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama setelah mulai dipopularisasi oleh Chat GPT. Cabang ilmu komputer yang berfokus pada penciptaan mesin atau sistem yang dapat meniru kemampuan manusia dalam berpikir, belajar, dan beradaptasi.

Oleh karena itu, bukanlah hal yang mengejutkan jika teknologi ini memberikan banyak manfaat bagi berbagai bidang, termasuk dalam promosi kesehatan. Dengan menggunakan AI, promotor kesehatan dan tenaga kesehatan lainnya dapat menyampaikan informasi kesehatan yang lebih menyenangkan, bermakna, dan memberikan dampak yang nyata bagi peningkatan pengetahuan kesehatan masyarakat.

Chatbot AI mampu menjalankan berbagai fungsi mulai dari merespons pertanyaan masyarakat hingga membantu menjalankan proses administrasi secara otomatis dalam manajemen pelayanan kesehatan. *Chatbot* adalah program komputer yang dirancang untuk berinteraksi dengan manusia melalui pesan teks atau suara. Di lingkungan kesehatan, *chatbot* memiliki potensi besar untuk meningkatkan dukungan dalam manajemen promosi kesehatan.

Penggunaan chatbot dalam promosi kesehatan adalah inovasi yang menjanjikan dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Dengan peran yang aktif dari segenap promotor kesehatan dalam pengembangan, pelatihan, dan penggunaan chatbot yang bijaksana, teknologi ini dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dalam menjaga dan melindungi kesehatannya.

B. Konsep Kecerdasan Buatan dan Chatbot dalam Edukasi Kesehatan

1. Apa Itu Chatbot AI

Chatbots adalah program komputer yang dapat berbicara dengan orang melalui percakapan teks. Chatbot dapat membantu pengguna atau melayani percakapan dengan melakukan hal-hal seperti menjawab pertanyaan dan memberikan saran. Chatbot juga memiliki kecerdasan buatan dan pemrosesan bahasa alami yang membantu sistem menjadi program komputer yang cerdas (Domarco et al., 2017).

Chatbot AI adalah program komputer yang dirancang untuk berinteraksi dengan pengguna secara otomatis, menggunakan algoritma kecerdasan buatan (AI) untuk mengenali dan merespons pesan atau pertanyaan. Dengan kemampuan ini, chatbot AI dapat memberikan jawaban secara real-time, sehingga membantu menghemat waktu dan mempermudah pengguna. AI yang mendukung chatbot ini menggunakan pembelajaran mesin (machine learning) dan pemrosesan bahasa alami (natural language processing/NLP), yang membuatnya semakin cerdas dalam berinteraksi dan merespons kebutuhan khususnya masyarakat di bidang kesehatan.

2. Penggunaan Chatbot AI di Bidang Kesehatan

Chatbot kesehatan adalah teknologi kecerdasan buatan AI yang dikombinasikan dengan keahlian komunikasi kesehatan untuk mempermudah pelayanan Kesehatan masyarakat dan tugas administrative promotor kesehatan. Chatbot berperan sebagai asisten virtual yang mampu

berinteraksi dengan merespon setiap pertanyaan masyarakat secara *real time*.

Berbeda dengan tenaga promotor kesehatan atau nakes lainnya, chatbot bisa beroperasi selama 24 jam dalam menangani berbagai tugas seperti menjawab pertanyaan umum, menjadwalkan janji temu, mengingatkan jadwal pertemuan, dan memberikan edukasi kesehatan.

Ketersediaannya sepanjang waktu memastikan masyarakat mendapatkan bantuan kapan saja, bahkan dari rumah. Hal ini sekaligus mengurangi beban kerja tenaga kesehatan dengan mengotomatisasi tugas rutin, sehingga mereka dapat lebih fokus pada pelayanan langsung.

Dalam beberapa tahun terakhir, chatbot AI mulai banyak diadopsi dalam sektor pelayanan kesehatan. Mulai dari rumah sakit, klinik, masyarakat hingga operator pelayanan kesehatan lainnya, chatbot AI berperan membantu berbagai proses dan meningkatkan kenyamanan masyarakat serta tenaga kesehatan. Salah satu aplikasi utama dari chatbot AI di bidang kesehatan adalah untuk membantu masyarakat dalam proses pendaftaran dan reservasi jadwal pertemuan. Dengan adanya chatbot AI, masyarakat dapat langsung mendaftar dan memeriksa jadwal tenaga kesehatan melalui perangkat mereka tanpa perlu antri di tempat atau menelepon bagian resepsionis.

Selain itu, chatbot AI dapat memberikan informasi terkait biaya perawatan, menjawab pertanyaan umum seputar gejala, dan menyediakan panduan awal untuk penyakit tertentu. Chatbot ini juga bisa memberikan edukasi terkait kesehatan, misalnya dengan memberikan rekomendasi sederhana untuk menjaga kesehatan sehari-hari, atau cara menangani gejala ringan sebelum mendapatkan penanganan medis langsung.

3. Pentingnya Memilih Penyedia Jasa Chatbot AI yang Tepat

Untuk mencapai hasil yang maksimal, operator pelayanan kesehatan perlu memilih penyedia jasa chatbot AI yang andal dan mampu mendukung kebutuhan masyarakat

secara optimal. Fitur yang penting untuk dipertimbangkan dalam memilih penyedia chatbot AI termasuk kemampuan chatbot untuk merespons dalam lebih dari 100 bahasa, sehingga dapat melayani masyarakat dari berbagai latar belakang. Selain itu, kemampuan untuk berintegrasi dengan sistem layanan kesehatan, keamanan data masyarakat, serta dukungan teknis juga menjadi faktor yang krusial.

Dalam mencari solusi chatbot AI yang unggul dan memiliki fitur lebih dari 100 bahasa untuk mendukung pelayanan kesehatan atau sektor lainnya, kita perlu tahu layanan chatbot AI yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

4. Pemanfaatan Chatbot dalam Promosi Kesehatan

Chatbot kini menjadi alat bantu efektif bagi Tenaga Promosi Kesehatan dalam memberikan pendampingan belajar yang lebih interaktif dan responsif bagi masyarakat.

a. Automatisasi Tugas Administratif

Salah satu manfaat utama chatbot adalah kemampuannya untuk mengotomatiskan tugas-tugas administratif yang biasanya memakan waktu. Promotor kesehatan dapat menggunakannya untuk menjadwalkan pertemuan, mengirim pengingat tugas, atau memberikan informasi penting kepada masyarakat. Dengan demikian, dapat menghemat waktu berharga mereka yang dapat dialokasikan untuk interaksi lebih langsung.

b. Pemberian Informasi yang Cepat dan Akurat

Chatbot dapat memberikan jawaban instan kepada pertanyaan umum yang sering diajukan oleh masyarakat. Tenaga kesehatan dapat mengintegrasikan chatbot ke dalam platform edukasi online mereka untuk memberikan informasi yang cepat dan akurat tentang materi kesehatan, jadwal pertemuan, atau persyaratan dalam peningkatan kesehatan. Ini membantu masyarakat merasa lebih terinformasi dan dapat mengurangi beban Tenaga kesehatan dalam menjawab pertanyaan rutin.

c. Dukungan Pembelajaran Individual

Tenaga kesehatan dapat menggunakan *chatbot* untuk memberikan dukungan pembelajaran individual kepada individu, keluarga, kelompok dan masyarakat. *Chatbot* dapat memantau kemajuan masyarakat dalam kursus dan memberikan rekomendasi berdasarkan hasil pemeriksaan atau screening kesehatan. Ini memungkinkan Tenaga kesehatan untuk memberikan bimbingan yang lebih terarah kepada masyarakat yang membutuhkan perhatian khusus.

d. Pelacakan dan Analisis Data

Chatbot dapat digunakan untuk melacak interaksi masyarakat dengan materi edukasi. Tenaga kesehatan dapat menganalisis data ini untuk memahami pola belajar masyarakat, mengidentifikasi masalah yang mungkin muncul, dan membuat perbaikan dalam desain penyuluhan mereka. Data yang dikumpulkan oleh *chatbot* dapat memberikan wawasan berharga tentang kinerja masyarakat dan efektivitas edukasi.

e. Pemantauan Kesejahteraan Masyarakat

Chatbot juga dapat digunakan untuk memantau kesejahteraan masyarakat. Tenaga kesehatan dapat mengatur *chatbot* untuk mengirim pesan atau kuesioner singkat kepada masyarakat untuk memahami tingkat stres, kecemasan, atau masalah pribadi lainnya dalam bidang kesehatan yang mungkin memengaruhi kinerja masyarakat. Ini memungkinkan Tenaga kesehatan untuk memberikan dukungan kesejahteraan kepada masyarakat yang membutuhkannya.

f. Pengembangan Chatbot yang Tepat

Penggunaan *chatbot* dalam promosi kesehatan tidak akan efektif tanpa pengembangan yang tepat. Tenaga kesehatan perlu bekerja sama dengan profesional IT atau ahli dalam pengembangan *chatbot* untuk memastikan bahwa *chatbot* dirancang dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan edukasi mereka. Ini melibatkan

perencanaan yang baik, pengujian, dan perbaikan berkelanjutan.

g. Pelatihan untuk Tenaga kesehatan

Tenaga kesehatan perlu dilatih dalam penggunaan chatbot dan memahami potensinya dalam dukungan promosi kesehatan. Pelatihan ini harus mencakup penggunaan praktis chatbot dalam interaksi dengan masyarakat, analisis data yang dihasilkan, dan bagaimana memaksimalkan manfaat dari teknologi ini.

5. Chatbot memudahkan dalam Promosi Kesehatan

a. Membantu Menjawab Pertanyaan Sulit dengan Cara yang Mudah

Dalam era digital saat ini, belajar mandiri menjadi semakin penting. Chatbot AI dapat menjadi asisten belajar virtual yang membantu masyarakat dalam menjawab pertanyaan dan memahami konsep-konsep baru untuk membantu mereka mempelajarinya sendiri. Dengan respon cepat dan akurat, chatbot ini mendukung proses belajar yang lebih mandiri dan terfokus.

Sebagai contoh, masyarakat yang mengalami kesulitan dalam pencegahan TBC dapat berinteraksi dengan chatbot. Misalnya, mereka dapat bertanya, “Jelaskan tanda dan gejala TBC dengan bahasa yang mudah dimengerti masyarakat.” untuk menjelaskan tanda, gejala dan pencegahan TBC sesuai dengan tingkat pemahaman mereka. Melalui dialog interaktif, chatbot dapat mengidentifikasi area yang membingungkan masyarakat dan menyajikan penjelasan yang disesuaikan, lengkap dengan contoh dan latihan. Ini memungkinkan masyarakat untuk belajar dalam tempo mereka sendiri, dengan dukungan yang selalu tersedia.

b. Memberikan Bahan Belajar dan Latihan kasus

Tenaga kesehatan butuh bantuan untuk mendapatkan bahan edukasi untuk masyarakat, Tenaga kesehatan dapat meminta chatbot AI untuk membantu.

Selain itu, Tenaga kesehatan juga bisa memanfaatkan kemampuan chatbot untuk membuat latihan kasus kasus kesehatan yang terjadi di tempat lain. Misalnya, jika Tenaga kesehatan ditugaskan untuk membuat kasus kesehatan untuk edukasi masyarakat, Tenaga kesehatan bisa memasukkan prompt seperti, “Buatkan kasus TBC yang terjadi di masyarakat, bagaimana perkembangan, tanda gejala dan penanggulannya.”

c. Mendorong Kreativitas dan Inovasi

Salah satu tujuan utama promosi kesehatan adalah untuk melakukan edukasi, mengembangkan kreativitas dan inovasi masyarakat untuk membantu mereka menyelesaikan masalah, mengekspresikan diri, dan bahkan memulai kontribusi mereka kepada masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat perlu mendapatkan tantangan, inspirasi, atau bantuan yang dapat mendorong kreativitas dan inovasi mereka.

Di sinilah aplikasi chatbot dapat menjadi solusi yang menarik dan menyenangkan. Masyarakat dapat menggunakannya untuk menciptakan konten kreatif dan inovatif seperti masalah perilaku yang menimbulkan masalah kesehatan, kasus kasus kesehatan yang terjadi, menggunakan kata-kata atau “prompt” yang mereka buat sendiri. Bahkan, aplikasi seperti ChatGPT dapat memberikan saran, ide, inspirasi, atau bantuan teknis yang sesuai dengan kebutuhan dan masalah kesehatan masyarakat, atau memberikan umpan balik dan apresiasi yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi masyarakat. Masyarakat hanya perlu memasukkan keluhan dan meminta chatbot untuk menjelaskan apa yang menjadi keluhannya.

d. Membantu memahami istilah istilah Kesehatan/berbahasa latin.

Salah satu keterampilan yang sangat penting dalam edukasi kesehatan banyaknya penggunaan istilah Kesehatan menggunakan Bahasa latin. Penggunaan

Bahasa latih cukup membuat bias dalam edukasi Kesehatan. Penggunaan chatbot telah menjadi mediator yang baik dalam memahami berbagai istilah Kesehatan yang menggunakan Bahasa asing. Keterampilan bahasa dapat membantu masyarakat memahami, menyampaikan, dan mengevaluasi informasi, ide, dan opini. Keterampilan bahasa juga dapat membuka peluang untuk belajar, bekerja, dan bersosialisasi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan budaya. Oleh karena itu, masyarakat perlu meningkatkan keterampilan bahasa mereka, baik bahasa ibu maupun bahasa asing.

Di sinilah chatbot AI dapat menjadi solusi yang praktis dan menyenangkan. Contoh aplikasi chatbot yang populer untuk belajar bahasa adalah Duolingo, atau tepatnya Duolingo Max. Duolingo Max adalah aplikasi belajar bahasa yang memiliki fitur chatbot yang dapat digunakan untuk bercakap-cakap dengan bahasa asing. Tentunya fitur ini akan membuat belajar bahasa menjadi jauh lebih menyenangkan.

- e. Membantu dalam mengimplementasikan kesehatan di lingkungannya

Salah satu tantangan yang sering dihadapi oleh masyarakat dalam kesehatan adalah mengimplementasikan dan mengembangkan kesehatan sesuai yang diinformasikan tenaga kesehatan. Tugas dan proyek ini biasanya membutuhkan perpanjangan tangan masyarakat dalam hal ini kader kesehatan untuk menciptakan konten yang berkualitas, orisinal, dan menarik. Namun, tidak jarang masyarakat mengalami kesulitan, kebingungan, atau kekurangan ide dalam membuat konten tersebut. Oleh karena itu, kader kesehatan membutuhkan saran, ide, inspirasi, atau bantuan teknis yang dapat membantu mereka menyelesaikan tugas dan proyek mereka dengan baik.

Dengan bantuan chatbot, kader kesehatan dapat mengerjakan tugas-tugas sebagai perpanjangan tangan

promotor kesehatan mereka. Contoh chatbot AI yang populer untuk membantu tugas dan proyek masyarakat adalah EssayBot dan CodeBot. EssayBot adalah chatbot AI yang dapat membantu masyarakat menulis esai tentang berbagai topik edukasi Kesehatan dengan menggunakan sumber referensi yang terpercaya. Sedangkan, CodeBot adalah chatbot AI yang dapat membantu masyarakat menulis kode program dalam berbagai bahasa pemrograman dengan menggunakan contoh dan dokumentasi yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Irawan, dkk. 2019. Aplikasi chatbot Speak English Sebagai Media
- Ananda Dwi R. 2018. Aplikasi Chatbot (MILKI BOT) Yang Terintegrasi Dengan Web CMS Untuk Customer Service Pada UKM Minsu. Jurnal Nalar Pendidikan
- Azwari. 2016. Sistem Kecerdasan Buatan. Bandung: Informatika.
- Dhebys Suryani, Hormasyah. 2018. Aplikasi Chatbot Berbasis Web Pada Sistem Informasi Layanan Publik Kesehatan Di Malang Dengan Menggunakan Metode TF-IDF. Jurnal Teknik Komputer.
- Dhebys Suryani. 2017. Aplikasi Chatbot Objek Wisata Jawa Timur Berbasis AIML. Yogyakarta: Salemba.
- Elisabet Nila S. CP. 2015. Rancang Bangun Aplikasi Chatbot Informasi Objek Wisata Kota Bandung Dengan Pendekatan Natural Language Processing. Jurnal Informatik Vol 3(1).
- International Journal of Scientific & Engineering Research. Volume 8(2). Janarthanam, S. (2017). Hands-on chatbots and conversational UI development: build chatbots and voice user interfaces with Chatfuel, Dialogflow, Microsoft Bot Framework, Twilio, and Alexa Skills. Packt Publishing Ltd.
- Maskur. 2016. Perancangan CHATBOT Pusat Informasi Mahasiswa Menggunakan AIML Sebagai Virtual Assistant Berbasis Web, Volume 11, pp. 1-8.
- Maulidiyanti, Mareta. 2019. Inovasi layanan Informasi Digital Chatbot di Model Performance for Education Chatbott. International Journal of Emerging Technology in Learning, 14(24).
- Pembangunan Aplikasi Chatbot Einstein Sebagai Guru Virtual Pembelajaran Fisika Di Rumah Menggunakan Api Google Dialogflow Berbasis Android. Diss. Universitas Komputer Indonesia, 2019.

- Syafrudin, Buku Ajar Ilmu Kesehatan Masyarakat untuk mahamasyarakat kebidanan, (Jakarta: CV Trans Info Media, 2009).
- Syafrudin, Ilmu Kesehatan Masyarakat, (Jakarta: CV Trans Info Media, 2015).
- Syafrudin, Promosi Kesehatan untuk mahamasyarakat kebidanan, (Jakarta: CV Trans Info Media, 2013).
- Vrizilia Arinda. 2016. Chatbot. Jakarta: Kecerdasan Buatan, Gramedia

BIODATA PENULIS



Dr. Safrudin, SKM, M.Kes. lahir di Cirebon pada 27 Juli 1968. Pada tahun 1998 menamatkan S1 di FKM UI, tahun 2003 Meraih gelar Magister di FIK UI dan pada tahun 2019 meraih doktor di UNJ .Pak Saf merupakan sapaan akrabnya adalah Tenaga kesehatan di Poltekkes Kemenkes Jakarta III Program Studi Promosi Kesehatan. **Safrudin** bukanlah orang baru di bidang penulisan. Banyak buku-buku yang telah dihasilkan dan telah diterbitkan oleh EGC, Transinfo Media, Inmedia, Wineka Media Deepublis, RCI dan lainnya.

BAB 9

Gamifikasi dalam Promosi Kesehatan

La Ode Reskiaddin, SKM.,MPH

A. Pendahuluan

Promosi kesehatan adalah upaya untuk mengubah kondisi kesehatan masyarakat dengan mengubah hal-hal yang mendukung kesehatan mereka. Ini dapat mencakup pengembangan kebijakan, perubahan organisasi, pengembangan masyarakat, perubahan undang-undang, advokasi, pendidikan, dan komunikasi (Keleher dkk., 2007; Reskiaddin, 2022). Salah satu strategi pendidikan kesehatan yang dapat diintegrasikan dengan media promosi kesehatan adalah gamifikasi.

Gamifikasi dalam promosi kesehatan menjadi relevan di era digital, di mana teknologi seperti aplikasi seluler dan perangkat wearable memungkinkan penerapan strategi ini secara luas. Melalui pendekatan ini, individu dapat termotivasi untuk menjalani gaya hidup sehat dengan cara yang menyenangkan dan interaktif. Contohnya, aplikasi kesehatan yang menggunakan sistem penghargaan berbasis gamifikasi terbukti meningkatkan partisipasi pengguna dalam aktivitas fisik rutin.

Selain itu, gamifikasi menawarkan solusi berbasis bukti untuk mengatasi tantangan dalam promosi kesehatan. Sebuah studi oleh Hamari, Koivisto, dan Sarsa (2014) menunjukkan bahwa elemen-elemen gamifikasi dapat meningkatkan keterlibatan pengguna secara signifikan. Dengan demikian, gamifikasi telah berkembang menjadi alat penting untuk

mendorong perilaku sehat dalam skala individu maupun komunitas

Dalam implementasinya, gamifikasi menawarkan pendekatan baru yang dapat mengatasi tantangan klasik promosi kesehatan, seperti kurangnya keterlibatan masyarakat, kurangnya pemahaman terhadap pentingnya gaya hidup sehat, atau hambatan dalam menjaga konsistensi kebiasaan sehat. Banyak aplikasi kesehatan yang menargetkan faktor-faktor penentu kesehatan untuk meningkatkan kesehatan dan mencegah masalah kesehatan. Berbagai program kesehatan berbasis gamifikasi telah membuktikan efektivitasnya, dapat membantu pengguna menjalani gaya hidup yang lebih sehat, misalnya dengan mendukung pengguna untuk berhenti merokok, menerapkan pola makan yang lebih sehat, berolahraga, atau mengurangi konsumsi alkohol serta beberapa program lainnya. Hal ini sangat relevan mengingat meningkatnya prevalensi penyakit tidak menular yang sebagian besar disebabkan oleh faktor gaya hidup (Davies & Mueller, 2020).

B. Konsep Gamifikasi

1. Pengertian Gamifikasi

Gamifikasi adalah pendekatan inovatif yang mengintegrasikan elemen permainan dalam konteks non-permainan, termasuk promosi kesehatan. Dengan memanfaatkan elemen seperti poin, lencana, papan peringkat, tantangan, dan narasi, gamifikasi bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan motivasi individu untuk menjalani gaya hidup sehat (Hamari, Koivisto, & Sarsa, 2014; Ryan, Rigby, & Przybylski, 2006). Contohnya adalah aplikasi kesehatan yang menggabungkan elemen ini untuk mendorong aktivitas fisik rutin (Johnson et al., 2016). Dalam konteks kesehatan, gamifikasi berfokus pada perubahan perilaku positif yang berkelanjutan, seperti peningkatan aktivitas fisik, pengelolaan stres, pola makan sehat, dan penghentian kebiasaan buruk seperti merokok, dan lain-lain.

Beberapa istilah yang biasa digunakan dalam gamifikasi dari beberapa ahli sebagai berikut “permainan produktivitas/productivity games” (Mcdonald dkk., 2007), “funware” (Takahashi, 2008), “desain yang menyenangkan/playful design”, “permainan perilaku/behavioural games”, “lapisan permainan/game layer”, atau “game terapan/applied game” (Marston & Hall, 2018).

Menggabungkan elemen gamifikasi adalah solusi yang memungkinkan untuk pengembangan mHealth untuk promosi kesehatan kesehatan (Lee dkk., 2017). Game untuk kesehatan dan pendekatan berbasis game (gamifikasi) dapat memberikan strategi untuk memotivasi pasien dalam promosi kesehatan, pencegahan, atau perilaku manajemen diri penyakit kronis. Gamifikasi bisa efektif dalam meningkatkan meningkatkan niat untuk menggunakan mHealth, terutama pada kelompok usia yang sehat dan lebih muda. Temuan ini menunjukkan bahwa mHealth dengan komponen gamifikasi dapat mendorong individu yang sehat (tetapi tidak aktif) serta individu yang tidak sehat untuk mempertahankan mempertahankan status kesehatan mereka (Novak dkk., 2015).

2. Elemen-elemen Gamifikasi

Gamifikasi menggunakan berbagai elemen permainan untuk memotivasi pengguna, antara lain:

- a. **Poin:** Sistem poin adalah elemen fundamental yang memberikan penghargaan berbasis angka untuk setiap aktivitas yang dilakukan pengguna. Misalnya, aplikasi kesehatan dapat memberikan poin setiap kali pengguna mencapai target langkah harian atau mencatat asupan makanan mereka. Sistem ini memberikan metrik yang konkret dan mudah dipahami (Hamari & Sarsa, 2014).
- b. **Lencana:** Lencana (*badges*) adalah simbol visual yang menandakan pencapaian tertentu, seperti "Lencana

Berjalan 5.000 Langkah" atau "Lencana 7 Hari Berturut-turut Tanpa Rokok." Elemen ini tidak hanya memberikan rasa bangga tetapi juga meningkatkan motivasi dengan menampilkan bukti nyata dari keberhasilan (Sardi & Idri, 2017).

- c. **Papan Peringkat (Leaderboard):** Elemen ini memanfaatkan kompetisi sehat dengan memungkinkan pengguna membandingkan pencapaian mereka dengan pengguna lain. Papan peringkat dapat dirancang untuk individu maupun kelompok, memperkuat elemen sosial dalam gamifikasi (Landers, 2015).
- d. **Tantangan dan Misi:** Tantangan adalah tugas spesifik yang dirancang untuk mendorong pengguna mencapai tujuan tertentu. Sebagai contoh, tantangan "Minum 2 Liter Air Setiap Hari Selama 30 Hari" membantu pengguna membangun kebiasaan sehat yang berkelanjutan (Nicholson, 2015).
- e. **Narasi:** Narasi yang kuat memberikan konteks emosional kepada pengguna, membuat aktivitas menjadi lebih bermakna. Sebagai contoh, aplikasi "Zombies, Run!" menggunakan alur cerita yang menggambarkan pengguna sebagai pahlawan yang melarikan diri dari zombie, sehingga membuat aktivitas lari menjadi lebih seru (Deterding & Dixon, 2011).
- f. **Feedback Instan:** Memberikan informasi langsung mengenai hasil aktivitas, seperti jumlah langkah atau kalori yang terbakar. Feedback instan membantu pengguna merasa dihargai dan memahami dampak dari tindakan mereka secara real-time, yang meningkatkan keterlibatan mereka (Mekler dkk., 2017).

Selain itu, Al-rayes dkk., (2022) menyebutkan ada beberapa elemen dalam sebuah permainan diantaranya umpan balik (*feedback*), poin, lencana dan

hadiah (*badges & rewards*), papan pemimpin (*leader boards*), tantangan atau pencarian (*challenges or quests*), kustomisasi (*customization*), tingkatan (*level*) , avatar, konten yang tidak dapat dibuka (*unlockable content*), kartu hadiah (*gift cards*)

Menurut King dkk., (2010), dalam pengembangan video game, perlu juga diperhatikan beberapa fitur diantaranya:

- 1) Suara, termasuk efek suara, karakter yang berbicara, dan musik latar.
- 2) Grafik, termasuk grafik realistis atau gaya kartun berkualitas tinggi dan video gerak penuh (FMV).
- 3) Latar belakang dan pengaturan, termasuk apakah game didasarkan pada cerita, film, atau program televisi, dan penggunaan pengaturan realistis atau fantasi.
- 4) Durasi permainan, mengacu pada berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan permainan.
- 5) Tingkat permainan, mengacu pada seberapa cepat pemain “menyerap” atau “masuk” ke dalam permainan.
- 6) Tingkat kemajuan, mengacu pada seberapa cepat permainan game berkembang.
- 7) Penggunaan humor dalam permainan.
- 8) Opsi kontrol, mengacu pada apa yang dapat dikontrol oleh pemain dalam permainan (termasuk suara, grafik, dan pengaturan keterampilan, pilihan metode kontrol, dan umpan balik fisik).
- 9) Dinamika permainan, termasuk menjelajahi area baru, elemen kejutan, memenuhi misi, pengembangan keterampilan, interaksi, mengumpulkan sesuatu, menghindari sesuatu, bertahan melawan rintangan, menembak, pilihan akhir yang berbeda, mode transportasi yang berbeda, memecahkan teka-teki, waktu

pemukulan, memecahkan masalah terbatas waktu, membangun lingkungan, pemetaan, dan format permainan linier / non-linier.

- 10) Fitur menang dan kalah, mengacu pada potensi untuk mendapatkan atau kehilangan poin, menemukan bonus, harus memulai level lagi, dan kemampuan untuk menabung secara teratur.
 - 11) Pengembangan karakter, mengacu pada pengembangan karakter dari waktu ke waktu dan opsi penyesuaian karakter.
 - 12) Jaminan merek, mengacu pada loyalitas merek dan/atau dukungan selebriti.
 - 13) Fitur multipemain, mengacu pada berbagai opsi multi-pemain, metode komunikasi, membangun aliansi, dan mengalahkan pemain lain.
3. Penerapan Gamifikasi dalam Promosi Kesehatan
- a. Aktivitas Fisik

Aplikasi seperti Fitbit dan Strava menggunakan gamifikasi untuk mendorong aktivitas fisik. Contohnya adalah tantangan berlari bersama komunitas atau penghargaan untuk pencapaian tertentu. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan elemen gamifikasi seperti penghargaan dan tantangan berbasis komunitas dapat meningkatkan partisipasi dan durasi aktivitas fisik secara signifikan dkk., 2012; Zuckerman & Gal-Oz, 2014).

Johnson, dkk. (2016) menemukan bahwa pengguna aplikasi penghitung langkah lebih aktif secara fisik dibandingkan dengan yang tidak menggunakan aplikasi. Aplikasi seperti Fitbit dan Strava menggunakan gamifikasi untuk mendorong aktivitas fisik. Contohnya adalah tantangan berlari bersama komunitas atau penghargaan untuk pencapaian tertentu

b. Nutrisi dan Pola Makan Sehat

Aplikasi seperti MyFitnessPal memanfaatkan fitur seperti "streak harian" untuk membantu pengguna mencatat asupan makanan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa pelacakan makanan menggunakan aplikasi dapat meningkatkan kesadaran pola makan dan mendorong adopsi pilihan makanan sehat (Carter dkk., 2013; Steinberg dkk, 2014). **Manfaat** aplikasi ini untuk 1) Meningkatkan kesadaran pola makan. 2) Membantu membuat pilihan makanan sehat melalui edukasi dan feedback. seperti MyFitnessPal memanfaatkan fitur seperti "streak harian" untuk membantu pengguna mencatat asupan makanan mereka.

c. Manajemen Stres dan Kesehatan Mental

Aplikasi seperti Headspace menggunakan gamifikasi untuk membangun konsistensi dalam meditasi. Fitur seperti rencana dan tantangan meditasi dirancang untuk memotivasi pengguna agar mengelola stres secara efektif. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi meditasi berbasis gamifikasi dapat meningkatkan suasana hati dan mengurangi tingkat stres. Misalnya, studi oleh Economides, dkk. (2018) menemukan bahwa konsistensi dalam meditasi melalui aplikasi berbasis teknologi berkorelasi dengan penurunan stres dan kecemasan pada pengguna. Selain itu, penelitian oleh Howells dkk., (2016). menunjukkan bahwa meditasi yang dilakukan secara rutin dengan bantuan aplikasi juga dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis secara keseluruhan. Aplikasi seperti Headspace menggunakan gamifikasi untuk membangun konsistensi dalam meditasi. Rencana dan tantangan meditasi membantu pengguna mengelola stres. Penelitian ini menunjukkan peningkatan suasana hati

dan pengurangan stres setelah penggunaan aplikasi secara konsisten.

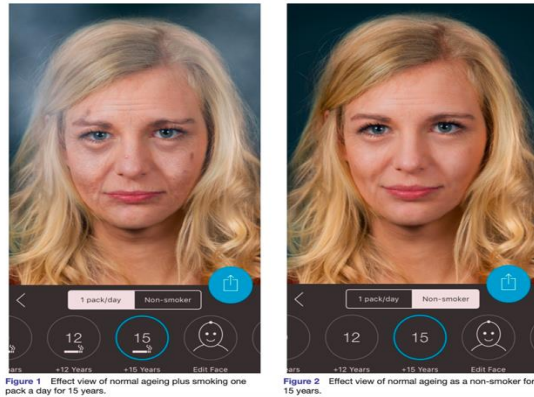
d. **Pengendalian Kebiasaan Buruk**

Aplikasi seperti QuitNow! membantu pengguna berhenti merokok dengan menghitung jumlah hari bebas rokok dan visualisasi penghematan finansial. Penelitian oleh Gajecki dkk., (2014) menunjukkan bahwa aplikasi dengan pendekatan gamifikasi mampu meningkatkan tingkat keberhasilan penghentian merokok dibandingkan metode tradisional. Selain itu, studi lain oleh Bricker, dkk, (2013) mengungkapkan bahwa aplikasi yang menggabungkan elemen permainan dapat meningkatkan motivasi intrinsik untuk berhenti merokok melalui penguatan positif dan pengingat personal. Aplikasi seperti QuitNow! membantu pengguna berhenti merokok dengan menghitung jumlah hari bebas rokok dan visualisasi penghematan finansial. Aplikasi ini bermanfaat untuk :

- 1) Meningkatkan motivasi dengan manfaat yang terlihat.
- 3) Membantu melacak kemajuan dengan cara yang menarik

e. **Edukasi Kesehatan**

Gamifikasi digunakan dalam program edukasi. Hwang, dkk., (2015) mengungkapkan bahwa elemen gamifikasi seperti narasi dan tantangan interaktif dapat membuat edukasi kesehatan lebih menarik dan efektif dalam berbagai kelompok usia. Selain itu, aplikasi *smokerface* yang digunakan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait dampak perilaku merokok kaitannya dengan penampilan di bagian wajah.



Gambar 1. Screenshot Aplikasi Smokescreen (Faria et al., 2017)

Al-Rayes (2022) mengklasifikasikan contoh aplikasi gamifikasi berdasarkan target domain pada layanan kesehatan sebagai berikut (Al-rayes et al., 2022).

Tabel 1. Domain Aplikasi yang ditargetkan dalam peralayanan kesehatan.

Konteks	Contoh aplikasi yang digamifikasi	Kegunaan
Kebugaran Fisik (<i>Physical fitness</i>)	Fitbit, Runtastic, Every Move, Blue Shield California, and Cafe Well	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi ini melacak proses kebugaran pada perangkat seluler. Pengguna dapat mengatur tugas makan sehat dan olahraga harian untuk dicapai tujuan jangka panjang untuk menurunkan berat badan dan kebugaran.
Manajemen obat (<i>Medicine Management</i>)	Mango Health	Memotivasi pengguna untuk meminum obat tepat waktu.
Gizi (<i>Nutrition</i>)	Diet Coach One	Mengedukasi pengguna tentang pentingnya diet yang tepat.
Manajemen penyakit kronis (<i>Chronic disease Management</i>)	MySugr and Bayer's Didget blood glucose meter, which connects to a Nintendo DS gaming platform, Flowy	<ul style="list-style-type: none"> Memberi penghargaan kepada para gamer dengan poin untuk melakukan tes glukosa yang konsisten. Membantu gamer dengan latihan pernapasan untuk mengatasi kecemasan,

		kepanikan dan gejala hiperventilasi.
Terapi fisik dan rehabilitasi (<i>Physical therapy and rehabilitation</i>)	GestureTek Health, SCI Hard, and MindMaze	Meningkatkan pengalaman pengguna dan membuat kemampuan peregang lebih menyenangkan dengan mengalihkan perhatian pengguna dari rasa sakit mereka
Aplikasi berbasis game untuk anak-anak	Monster Manor Monster Guard Leap Band and Vivo Fit Jr.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memberi penghargaan kepada anak-anak yang mencatat dan melacak kadar gula darah mereka ▪ Mempersiapkan anak-anak untuk keadaan darurat seperti kebakaran, angin topan, dan banjir. ▪ Berikan penghargaan kepada anak-anak yang telah menyelesaikan aktivitas fisik.
Aktivitas Fisik (<i>Physical exercise</i>)	Multiply's Active Dayz™ and Discovery's Active rewards	Hadiah untuk menyelesaikan latihan fisik
Manajemen Pengetahuan (<i>Knowledge Management</i>)	Multiple games in an integrated review	Permainan membantu dalam meningkatkan keterlibatan, kepuasan dan retensi pengetahuan di antara staf keperawatan
Manajemen Bencana/Pandemi (<i>Disaster/Pandemic Management</i>)	Serious games yang berisi berbagai permainan mikro yang mengajarkan kelompok sasaran tentang pedoman dan langkah-langkah pencegahan Covid-19 yang direkomendasikan	Mengubah sikap masyarakat terhadap manajemen pandemi dan memungkinkan mereka untuk mempraktikkan kebersihan, dan mengadopsi langkah-langkah pencegahan seperti tinggal di rumah atau mencuci tangan secara teratur dan menggunakan pembersih.

4. Keunggulan Gamifikasi dalam Promosi Kesehatan

- a. **Meningkatkan Keterlibatan/motivasi:** Pengguna lebih terlibat dalam aktivitas kesehatan karena pengalaman yang menyenangkan. Penelitian oleh Hamari, Koivisto, dan Sarsa (2014) menunjukkan bahwa elemen gamifikasi seperti penghargaan dan tantangan dapat meningkatkan motivasi intrinsik pengguna.

- b. **Mendorong Perubahan Perilaku Jangka Panjang:** Sistem penghargaan dan misi membantu membangun kebiasaan sehat. Studi oleh Johnson, dkk. (2016) menemukan bahwa pengguna aplikasi kesehatan berbasis gamifikasi lebih cenderung mempertahankan kebiasaan sehat dibandingkan dengan metode tradisional.
 - c. **Memberikan Feedback Positif:** Informasi langsung tentang pencapaian meningkatkan motivasi. Menurut Mekler dkk., (2017) umpan balik real-time melalui aplikasi kesehatan meningkatkan rasa pencapaian dan keterlibatan.
 - d. **Menciptakan Elemen Sosial:** Kompetisi atau kolaborasi dengan orang lain memperkuat keterlibatan. Landers (2015) mencatat bahwa papan peringkat dan kompetisi berbasis kelompok dapat meningkatkan partisipasi dalam aktivitas kesehatan
 - e. **Peningkatan Kesadaran:** Dengan gamifikasi, pengguna lebih sadar akan pola hidup mereka, seperti jumlah langkah harian atau pola makan.
 - f. **Fleksibilitas:** Dapat diterapkan di berbagai kelompok usia dan kebutuhan kesehatan. Seaborn dan Fels, (2015) mengungkapkan bahwa desain gamifikasi yang inklusif efektif untuk memotivasi berbagai demografi pengguna.
5. Tantangan dan Keterbatasan Gamifikasi
 - a. **Keterbatasan Teknis:** Aplikasi yang kurang intuitif dapat mengurangi efektivitas (Hamari dkk., 2014).
 - b. **Adaptasi Budaya:** Perlu disesuaikan dengan norma budaya lokal agar relevan dan diterima oleh pengguna (Nicholson, 2015).
 - c. **Privasi Data:** Perlindungan data pengguna adalah isu penting yang harus diprioritaskan, terutama karena meningkatnya kekhawatiran terkait keamanan data di aplikasi digital (Sardi dkk., 2017).

- d. **Ketergantungan pada Penghargaan Eksternal:** Motivasi dapat berkurang jika penghargaan dihentikan, sesuai dengan temuan dalam teori Behavioral Economics yang menggarisbawahi pentingnya keseimbangan antara motivasi intrinsik dan ekstrinsik (Deci & Ryan, 1985).
 - e. **Evaluasi Efektivitas:** Membutuhkan penelitian jangka panjang untuk mengukur dampaknya, terutama pada kelompok pengguna yang beragam (Hamari et al., 2014; Seaborn & Fels, 2015).
 - f. Kesadaran semata tentang manfaat intervensi atau aktivitas, tidak membantu pengguna dalam memperoleh motivasi untuk terlibat dalam intervensi atau kegiatan untuk meningkatkan kesehatan (Devar & Hattingh, 2020).
 - g. Biaya tinggi dalam pengembangan dan efektivitas biaya (Nishihara dkk., 2020).
 - h. Penerapan yang buruk di seluruh kelompok usia lanjut (Martinho dkk., 2020)
6. Strategi Efektif untuk Implementasi Gamifikasi
 - a. **Menyesuaikan dengan Target Audiens:** Memahami kebutuhan, preferensi, dan kemampuan pengguna.
 - b. **Mendesain Elemen yang Relevan:** Kombinasi elemen kompetisi, kolaborasi, dan penghargaan yang bermakna.
 - c. **Menyediakan Feedback yang Cepat dan Akurat:** Informasi yang diberikan secara real-time lebih memotivasi.
 - d. **Mengintegrasikan Aspek Sosial:** Fitur seperti tantangan kelompok atau komunitas virtual meningkatkan keterlibatan.
 - e. **Melibatkan Pengguna dalam Proses Desain:** Partisipasi pengguna membantu memastikan elemen gamifikasi relevan dan menarik.
 - f. **Penyediaan Data dan Analitik:** Memberikan pengguna kemampuan untuk melacak progres mereka dari waktu ke waktu untuk mempertahankan motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-rayes, S., Ali, F., Yaqoub, A., Alfayez, A., Als Salman, D., & Alanezi, F. (2022). Gaming elements , applications , and challenges of gamification in healthcare Informatics in Medicine Unlocked Gaming elements , applications , and challenges of gamification in healthcare. *Informatics in Medicine Unlocked*, 31(April 2023), 100974. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2022.100974>
- Bauman, A. E., Reis, R. S., Sallis, J. F., Wells, J. C., Loos, R. J. F., Martin, B. W., Physical, L., Series, A., & Group, W. (2012). Physical Activity 2 Correlates Of Physical Activity : Why Are Some People Physically Active And Others Not ? *The Lancet*, 380(9838), 258–271. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(12\)60735-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(12)60735-1)
- Bricker, J., Bs, C. W., Ms, B. C., & Heffner, J. L. (2013). *Pilot Randomized Controlled Trial of Web-Based Acceptance and Commitment Therapy for Smoking Cessation*. 15(10), 1756–1764. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntt056>
- Carter, M. C., Burley, V. J., Nykjaer, C., Cade, J. E., & Carter, M. C. (2013). *Adherence to a Smartphone Application for Weight Loss Compared to Website and Paper Diary : Pilot Randomized Controlled Trial Corresponding Author :* 15, 1–17. <https://doi.org/10.2196/jmir.2283>
- Davies, A., & Mueller, J. (2020). *Developing Medical Apps and mHealth Interventions A Guide for Researchers , Physicians and* (Issue January). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-47499-7>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4899-2271-7>.
- Deterding, S., & Dixon, D. (2011). *From Game Design Elements to Gamefulness : Defining Gamification From Game Design Elements to Gamefulness : Defining “ Gamification .”* March 2014. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Devar, T., & Hattingh, M. (2020). *Gamification in Healthcare : Motivating South Africans to Exercise*. Springer International

- Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1>
- Economides, M., Martman, J., Bell, M. J., & Sandersin, B. (2018). *Improvements in Stress , Affect , and Irritability Following Brief Use of a Mindfulness-based Smartphone App : A Randomized Controlled Trial*. 1584–1593.
- Faria, B. L., Brieske, C. M., Cosgarea, I., Omlor, A. J., Fries, F. N., Olber, C., Faria, M. De, Lino, H. A., Carla, A., Oliveira, C., Lisboa, O. C., Klode, J., Schadendorf, D., Bernardes-souza, B., & Brinker, T. J. (2017). *A Smoking Prevention Photoageing Intervention For Secondary Schools In Brazil Delivered By Medical Students : Protocol For A Randomised Trial*. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2017-018589>
- Gajecki, M., Berman, A. H., Sinadinovic, K., Rosendahl, I., & Andersson, C. (2014). *Mobile Phone Brief Intervention Applications For Risky Alcohol Use Among University Students : A Randomized Controlled Study*. 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/1940-0640-9-11>
- Hamari, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work ? — A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. 2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences, 3025–3034. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- Howells, A., Ivtzan, I., & Jose, F. (2016). Putting the ‘ app ’ in Happiness: A Randomised Controlled Trial of a Smartphone-Based Mindfulness Intervention to Enhance Wellbeing. *Journal of Happiness Studies*, 163–185. <https://doi.org/10.1007/s10902-014-9589-1>
- Hwang, G., Chiu, L., & Chen, C. (2015). Computers & Education A Contextual Game-Based Learning Approach To Improving Students ’ Inquiry-Based Learning Performance In Social Studies Courses. *Computers & Education*, 81, 13–25. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.09.006>
- Johnson, D., Deterding, S., Kuhn, K., & Staneva, A. (2016). Gamification For Health And Wellbeing : A Systematic Review Of The Literature. *INVENT*, 6, 89–106. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2016.10.002>

- Keleher, H., MacDougall, C., & Murphy, B. (2007). *Understanding Health Promotion* (Issue October). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1136/jech.2008.075317>
- King, D., Delfabbro, P., & Griffiths, M. (2010). Video Game Structural Characteristics: A New Psychological Taxonomy. *Int J Ment Health Addiction*, 8, 90–106.
<https://doi.org/10.1007/s11469-009-9206-4>
- Landers, R. N. (2015). *An Empirical Test of the Theory of Gamified Learning: The Effect of Leaderboards on Time-on-Task and Academic Performance*. April.
<https://doi.org/10.1177/1046878114563662>
- Lee, C., Lee, K., & Lee, D. (2017). *Mobile Healthcare Applications and Gamification for Sustained Health Maintenance*. 1–12.
<https://doi.org/10.3390/su9050772>
- Marston, H. R., & Hall, A. K. (2018). *Handbook of Research on Holistic Perspectives in Gamification for Clinical Practice* (Issue March). <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9522-1.ch005>
- Martinho, D., Carneiro, J., Corchado, J. M., & Marreiros, G. (2020). A Systematic Review Of Gamification Techniques Applied To Elderly Care. In *Artificial Intelligence Review* (Issue 0123456789). Springer Netherlands.
<https://doi.org/10.1007/s10462-020-09809-6>
- Mcdonald, M., Musson, R., & Smith, R. (2007). *The Practical Guide to Defect Prevention*. Microsoft Press.
- Mekler, E. D., Brühlmann, F., Tuch, A. N., & Opwis, K. (2017). Computers In Human Behavior Towards Understanding The Effects Of Individual Gami Fi Cation Elements On Intrinsic Motivation And Performance. *Computers in Human Behavior*, 71, 525–534.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.048>
- Nicholson, S. (2015). *A RECIPE for Meaningful Gamification* (In Gamific). Springer.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-10208-5_1
- Nishihara, T., Parwak, Y., Edogun, E., Park, G., & Lee, S. (2020). The Promise of Gamification in Addressing Health Challenges

- of the Modern World. IGI Global Scientific Publishing, 9.
<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0047-7.ch006>
- Novak, D., Tulu, B., & Brendryen, H. (2015). *Handbook of Research on Holistic Perspectives in Gamification for Clinical Practice*.
- Reskiaddin, L. O. (2022). *Promosi Kesehatan Dan Ilmu Perilaku* (H. Akbar (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Rughinis, C., Rughinis, R., & Matei, S. (2016). *A Touching App Voice Thinking About Ethics Of Persuasive Technology Through An Analysis Of Mobile Smoking-Cessation Apps*. April.
<https://doi.org/10.1007/s10676-016-9385-1>
- Sardi, L., & Idri, A. (2017). A Systematic Review of Gamification in e-Health. *Journal of Biomedical Informatics*, May.
<https://doi.org/10.1016/j.jbi.2017.05.011>
- Seaborn, K., & Fels, D. I. (2015). Gamification In Theory And Action : A Survey. *Int. J. Human-Computer Studies*, 74, 14–31.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2014.09.006>
- Steinberg, D. M., Tate, D. F., Bennett, G. G., Ennett, S., Ward, D. S., Hill, C., Hill, C., & Hill, C. (2014). *The Efficacy Of A Daily Self-Weighing Weight Loss Intervention Using Smart Scales And Email*. 21(9), 1789–1797.
<https://doi.org/10.1002/oby.20396>
- Takahashi, D. (2008). *Funware's Threat to the Traditional Video Game Industry*. Venturebeat. <http://goo.gl/O9lSq>
- Zuckerman, O., & Gal-Oz, A. (2014). *Deconstructing Gamification : Evaluating The Effectiveness Of Continuous Measurement , Virtual Rewards , And Social Comparison For Promoting Physical Activity*. 1705–1719.
<https://doi.org/10.1007/s00779-014-0783-2>

BIODATA PENULIS



La Ode Reskiaddin, SKM., MPH,

Adalah seorang dosen dengan latar belakang bidang keilmuan Kesehatan Masyarakat konsentrasi promosi kesehatan terutama kajian perilaku merokok dan digital public health. Penulis saat ini menjadi dosen Program Sarjana Kesehatan Masyarakat Universitas Jambi dan sedang menempuh pendidikan doctoral di Universitas Gadjah Mada. Penulis juga merupakan anggota Indonesia Tobacco Control Research Network (ITCRN) dan jejaring Kampus Sehat Indonesia. Penulis juga tersertifikasi non akademik bidang penelitian kualitatif dan komunikasi publik dengan memperoleh gelar Certified International Qualitative Researcher (CIQaR), Certified International Trainer (CIT) dan Certified Public Speaker (CPS).

.

BAB 10

Peran Influencer Kesehatan dalam Media Sosial

Fildzah Amalia, S.Tr.Kes

A. Pendahuluan

Pada tahun-tahun terakhir, perkembangan media pemasaran mengalami transformasi yang signifikan. Dengan kemajuan teknologi, masyarakat secara tidak langsung menjadi pengguna dan penerima informasi. Media sosial telah menjadi salah satu sarana utama bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, termasuk dalam bidang kesehatan. Media sosial semakin mudah digunakan untuk berinteraksi dan berbagi informasi, yang merupakan perkembangan dari teknologi komunikasi (Tosepu, 2018).

Media sosial telah menjadi platform utama bagi banyak orang untuk mencari, berbagi, dan mendiskusikan berbagai aspek kehidupan, termasuk kesehatan. Media sosial memungkinkan akses cepat dan luas terhadap informasi kesehatan. Menurut penelitian Sari Tahun 2022, sebanyak 68% generasi Z di Indonesia mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi kesehatan. Hal ini menunjukkan betapa besar pengaruh platform digital dalam membentuk pola pikir dan keputusan kesehatan (Sari, 2022).

Menurut penelitian oleh Pratama & Susanti Tahun 2023 72% pengguna media sosial di Indonesia mengakses informasi kesehatan melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok (Pratama & Susanti, 2023). Kehadiran influencer kesehatan di media sosial menjadi fenomena yang semakin memengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat dalam menjaga kesehatan. Influencer adalah seseorang dengan jumlah

followers atau pengikut banyak, yang memiliki pengaruh besar kepada audience. Influencer kesehatan dapat berasal dari berbagai latar belakang, mulai dari tenaga medis profesional seperti dokter dan ahli gizi, hingga praktisi kesehatan alternatif, pelatih kebugaran, atau bahkan individu yang membagikan pengalaman pribadinya mengenai kesehatan. Peran influencer kesehatan dalam media sosial semakin signifikan karena mereka memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas dan menyajikan informasi dalam format yang menarik serta mudah dipahami

Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana influencer kesehatan dalam media sosial memengaruhi perilaku dan keputusan masyarakat dalam hal kesehatan. Bab ini akan membahas berbagai aspek pengaruh influencer kesehatan, mulai dari dampak positif yang mereka berikan hingga risiko yang muncul akibat penyebaran informasi yang kurang valid. Selain itu, bab ini juga akan mengulas bagaimana influencer dapat berperan dalam kampanye kesehatan masyarakat, serta tantangan dalam menyaring informasi kesehatan di era digital. Dengan pemahaman yang lebih mendalam, diharapkan masyarakat dapat lebih bijak dalam mengonsumsi informasi kesehatan yang beredar di media sosial.

B. Pengaruh Influencer Kesehatan dalam Media Sosial

1. Dampak Positif

a. Akses Informasi Kesehatan yang Mudah

Salah satu keuntungan utama dari kehadiran influencer kesehatan di media sosial adalah kemudahan akses terhadap informasi kesehatan. Masyarakat tidak perlu lagi bergantung pada sumber informasi konvensional seperti rumah sakit atau klinik. Informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital.



Gambar : Perangkat digital untuk akses informasi
(Sumber : Karya Laylabird dari Getty Image Signature
Canva)

Menurut Iskandar, platform media sosial memungkinkan distribusi informasi kesehatan yang cepat, terutama di daerah terpencil yang sulit dijangkau layanan kesehatan formal (Iskandar, 2023). Influencer kesehatan sering kali membagikan informasi terbaru terkait pandemi, vaksinasi, atau gaya hidup sehat yang memudahkan masyarakat dalam mengambil keputusan kesehatan.

Misalnya, selama pandemi COVID-19, banyak influencer bekerja sama dengan otoritas kesehatan untuk menyebarkan informasi akurat mengenai protokol kesehatan dan pentingnya vaksinasi. Hal ini membantu mengurangi kesimpangsiuran informasi dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan kesehatan pemerintah.

b. Meningkatkan Kesadaran dan Literasi Kesehatan

Influencer kesehatan berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu kesehatan. Dengan menyampaikan informasi secara kreatif dan mudah dipahami, mereka mampu menarik perhatian khalayak luas. Kesadaran kesehatan mencakup berbagai aspek seperti pencegahan penyakit, pentingnya gaya hidup sehat, hingga edukasi

mengenai kesehatan mental. Penelitian menunjukkan bahwa konten edukasi kesehatan di media sosial mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya pola hidup sehat, termasuk pola makan seimbang, aktivitas fisik yang cukup, serta manajemen stres dan kesehatan mental (Palma Juanta et al., 2025).

Selain itu, influencer berperan sebagai panutan yang dapat memotivasi pengikutnya untuk mengadopsi kebiasaan sehat. Melalui pengalaman pribadi dan pendekatan yang relatable, mereka dapat mendorong perubahan perilaku positif. Namun, penting untuk dicatat bahwa tidak semua informasi yang disebarkan melalui media sosial dapat dipercaya. Oleh karena itu, peningkatan literasi media menjadi krusial agar masyarakat dapat memilah informasi yang kredibel (Palma Juanta et al., 2025).

Dengan demikian, influencer kesehatan memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesadaran dan literasi kesehatan masyarakat. Namun, diperlukan kolaborasi dengan profesional kesehatan untuk memastikan akurasi informasi yang disampaikan, serta upaya peningkatan literasi media di kalangan masyarakat untuk memaksimalkan dampak positif dari peran influencer tersebut.

Contoh nyata dari dampak ini terlihat pada kampanye SADARI (Periksa Payudara Sendiri) di media sosial. Dengan bantuan influencer, kampanye ini mampu meningkatkan kesadaran perempuan terhadap pentingnya deteksi dini kanker payudara. Menurut Putri (2021), ada peningkatan sebesar 40% dalam partisipasi perempuan yang melakukan pemeriksaan SADARI setelah kampanye ini disebarluaskan oleh influencer di Instagram.

c. Mendorong Perubahan Gaya Hidup Sehat

Banyak influencer kesehatan yang membagikan pengalaman pribadi mereka dalam menerapkan gaya hidup sehat. Melalui unggahan mengenai pola makan sehat, rutinitas olahraga, hingga kesehatan mental, mereka menginspirasi pengikutnya untuk mengadopsi kebiasaan yang lebih baik. Studi menunjukkan bahwa paparan terhadap konten kesehatan dari influencer dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk hidup lebih sehat (World Health Organization, 2021).

Influencer kesehatan mampu mendorong perubahan perilaku sehat di masyarakat. Dengan membagikan pengalaman pribadi mereka dalam menerapkan pola hidup sehat, mereka memberikan inspirasi dan motivasi bagi pengikutnya untuk melakukan hal serupa.

Sebagai contoh, tantangan olahraga seperti "30 Days Workout Challenge" yang dipopulerkan oleh influencer di TikTok dan Instagram berhasil mendorong ribuan orang untuk berolahraga secara rutin. Penelitian oleh Suryani Tahun 2022 menunjukkan bahwa 65% partisipan yang mengikuti tantangan ini mengalami peningkatan aktivitas fisik dan memperbaiki pola makan mereka (Suryani, 2022).

Selain itu, influencer kesehatan juga mampu mengubah kebiasaan buruk menjadi kebiasaan yang lebih sehat. Misalnya, kampanye berhenti merokok atau mengurangi konsumsi gula sering kali mendapatkan respon positif dari masyarakat karena pendekatan yang personal dan relatable. Pengikut yang melihat hasil nyata dari pengalaman influencer cenderung lebih termotivasi untuk mengikuti langkah-langkah yang sama dibandingkan dengan hanya membaca artikel kesehatan dari sumber formal (Eysenbach, 2008).

2. Dampak Negatif

a. Potensi Penyebaran Informasi yang Tidak Akurat

Influencer kesehatan memiliki peran signifikan dalam penyebaran informasi kesehatan melalui media sosial. Namun, tidak jarang informasi yang disampaikan kurang akurat atau bahkan menyesatkan, yang dapat berdampak negatif bagi masyarakat. Salah satu risiko utama dari konten kesehatan di media sosial adalah penyebaran informasi yang tidak akurat. Beberapa influencer membagikan klaim kesehatan yang tidak memiliki dasar ilmiah, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat.

Misalnya, promosi diet ekstrem atau suplemen tanpa bukti ilmiah dapat berakibat negatif bagi kesehatan pengikut mereka (Sulastri, 2023). Oleh sebab itu, penting bagi masyarakat untuk selalu memverifikasi informasi kesehatan dari sumber yang kredibel, seperti organisasi kesehatan dunia atau jurnal ilmiah (World Health Organization, 2021).

b. Membangun Body Image Issue pada Pengikut

Influencer kesehatan di media sosial sering kali menampilkan standar kecantikan yang ideal dan tidak realistis, yang dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap citra tubuh mereka. Penyebaran konten seperti ini dapat memicu perbandingan sosial, yaitu orang membandingkan diri mereka dengan standar kecantikan yang dipromosikan oleh influencer. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan tubuh, atau body dissatisfaction. Ketidakpuasan ini dapat berdampak pada kesehatan mental dan emosional, seperti gangguan makan, kecemasan, dan depresi. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa remaja perempuan yang sering terpapar konten media sosial yang berkaitan dengan kecantikan lebih cenderung

mengalami ketidakpuasan fisik dan perilaku makan yang tidak sehat (Fitriani & Purnomo, 2023).

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa ketidakpuasan terhadap tubuh memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku makan dan status gizi seseorang. Hal ini dapat mengakibatkan perilaku makan yang menyimpang serta masalah kesehatan lainnya (Wassalwa & Khomsan, 2023). Oleh karena itu, sangat penting bagi individu untuk menyadari potensi dampak negatif dari konten yang disajikan oleh influencer kesehatan, serta mengembangkan sikap kritis terhadap standar kecantikan yang tidak realistis.

C. Membangun Kecemasan Berlebih pada Pengikut

Paparan informasi kesehatan yang berlebihan di media sosial dapat meningkatkan kecemasan yang dikenal sebagai *health anxiety*. Individu yang terus-menerus terpapar informasi tentang penyakit atau kondisi kesehatan tertentu cenderung merasa lebih cemas mengenai kesehatan mereka, meskipun mereka tidak menunjukkan gejala yang nyata (Yulianti, 2023)

Sebuah penelitian oleh Kurniawan (2023) menunjukkan bahwa sekitar 55% pengguna media sosial di Indonesia mengalami kecemasan berlebih setelah mengonsumsi informasi kesehatan yang sensasional atau tidak diverifikasi. Fenomena ini dapat memicu perilaku *cyberchondria*, di mana individu mencari informasi kesehatan secara obsesif di internet, yang pada gilirannya memperburuk kecemasan mereka, meskipun tidak ada diagnosis dari tenaga medis profesional (Kurniawan, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Eysenbach, G. (2008). Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, Participation, Apomediation, and Openness. *Journal of Medical Internet Research*, 10(3), e22. <https://doi.org/10.2196/jmir.1030>
- Fitriani, A., & Purnomo, J. T. (2023). Body Image Pada Remaja Putri Yang Menggunakan Media Sosial Tiktok. *Jurnal Psikologi*, 18(2), 213–225.
- Iskandar, R. (2023). Aksesibilitas Informasi Kesehatan di Era Digital. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Kesehatan*, 9(3), 22–29.
- Kurniawan, D. (2023). *Health Anxiety di Era Digital*. Pustaka Sehat.
- Palma Juanta, Orville Lim, Ferry, F., & Devan Wijaya. (2025). Pengaruh Konten Media Sosial Edukasi Kesehatan terhadap Perubahan Perilaku Hidup Sehat pada Generasi Z. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.55123/insologi.v4i1.4830>
- Pratama, R., & Susanti, L. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Kesehatan di Media Sosial di Kalangan Remaja. *Jurnal Penelitian Kesehatan*, 14(3), 89–109.
- Sari, D. (2022). Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Kesehatan di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Media Dan Kesehatan*, 11(2), 34–45.
- Sulastri, T. (2023). Disinformasi di Media Sosial: Dampaknya Terhadap Keputusan Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Kesehatan Digital*, 76–85.
- Suryani, N. (2022). Dampak Influencer Terhadap Perubahan Perilaku Hidup Sehat. *Jurnal Sosial Dan Budaya*, 9(2), 43–53.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. CV Jakad Publishing.
- Wassalwa, U. S., & Khomsan, A. (2023). Dampak Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Body Dissatisfaction, Perilaku Makan, dan Status Gizi pada Remaja. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik*, 2(4), 278–286. <https://doi.org/10.25182/jigd.2023.2.4.278-286>

- World Health Organization. (2021). *Social media & COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials*.
- Yulianti, A. (2023). *Cyberchondria dan Kesehatan Mental*. Cipta Media.

BIODATA PENULIS



Fildzah Amalia, S.Tr.Kes lahir di Jambi pada 29 Januari 2003. Menyelesaikan pendidikan D4 di Jurusan Promosi Kesehatan, Poltekkes Kemenkes Jambi pada tahun 2024. Selama masa studinya, penulis yang lebih akrab dipanggil Amel memiliki ketertarikan khusus pada isu-isu promosi kesehatan, literasi digital, dan pengaruh media sosial terhadap perilaku kesehatan masyarakat. Penulis aktif dalam berbagai kegiatan akademik dan penelitian terkait edukasi kesehatan di era digital.

BAB 11

Tantangan dan Kendala dalam Implementasi Promosi Kesehatan Digital

Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes

A. Pendahuluan

Kesehatan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia yang mempengaruhi kualitas hidup dan produktivitas. Seiring dengan kemajuan teknologi dan transformasi digital, pendekatan konvensional dalam promosi kesehatan mulai bergeser menuju metode berbasis digital. Promosi kesehatan digital hadir sebagai solusi inovatif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (Julianti, dkk, 2022).

Perkembangan pesat internet, perangkat mobile, media sosial, serta kecerdasan buatan (AI) telah membuka peluang baru dalam menyebarkan informasi kesehatan secara lebih cepat, luas, dan efektif. Banyak organisasi kesehatan, baik pemerintah maupun swasta, mulai mengadopsi teknologi digital untuk menyebarkan edukasi kesehatan, mendorong perilaku hidup sehat, serta memfasilitasi akses layanan kesehatan yang lebih mudah dan terjangkau (Julianti, dkk, 2022).

Di era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat, memberikan dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang kesehatan. Promosi kesehatan digital merupakan pendekatan inovatif dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan perubahan perilaku masyarakat terhadap kesehatan dengan memanfaatkan teknologi digital (Handayani, dkk, 2024). Konsep ini mencakup

berbagai platform, seperti aplikasi kesehatan, media sosial, situs web edukasi, telemedicine, serta perangkat wearable yang dapat membantu individu dalam memantau kondisi kesehatan mereka secara mandiri. Dengan aksesibilitas yang lebih luas dan metode yang lebih interaktif, promosi kesehatan digital menjadi solusi efektif dalam menjangkau masyarakat dari berbagai latar belakang (Setiawan, Eko Agus, and Muinah Fadhilah.2023). Meskipun menawarkan banyak manfaat, implementasi promosi kesehatan digital juga menghadapi beberapa tantangan, seperti literasi digital yang masih rendah di beberapa daerah, keamanan data pribadi, serta keterbatasan akses internet di wilayah tertentu. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dalam upaya meningkatkan kesehatan masyarakat secara berkelanjutan. Di era digital, promosi kesehatan semakin berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Digitalisasi dalam promosi kesehatan memberikan berbagai keuntungan, seperti kemudahan akses informasi, jangkauan yang lebih luas, serta penyampaian edukasi kesehatan yang lebih interaktif. Dengan adanya platform digital seperti aplikasi kesehatan, media sosial, dan situs web edukatif, masyarakat dapat memperoleh informasi yang lebih cepat dan akurat untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku hidup sehat (Setiawan, Eko Agus, and Muinah Fadhilah, 2023)

B. Tantangan dan Kendala dalam Implementasi Promosi Kesehatan Digital

1. Konsep Promosi kesehatan Digital

a. Pengertian

Promosi kesehatan digital adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan perubahan perilaku masyarakat dalam menjaga kesehatan dengan memanfaatkan teknologi digital. Konsep ini menggabungkan strategi komunikasi kesehatan dengan teknologi informasi guna menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif dan efisien.(Handayani, Bakti, and

Bambang Arianto. "Promosi Kesehatan Era Digital." (2024).

b. Prinsip Utama Promosi Kesehatan Digital

- 1) Aksesibilitas – Informasi kesehatan harus mudah diakses oleh semua kalangan masyarakat, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil.
- 2) Interaktivitas – Menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, misalnya melalui aplikasi kesehatan, chatbot, atau webinar interaktif.
- 3) Personalisasi – Menyediakan informasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan individu atau kelompok tertentu berdasarkan data kesehatan mereka.
- 4) Validitas dan Kredibilitas – Informasi kesehatan yang disebarkan harus berbasis bukti ilmiah, berasal dari sumber terpercaya, dan dibuat oleh tenaga profesional kesehatan.
- 5) Keamanan dan Privasi Data – Menjaga perlindungan data pribadi pengguna agar tidak terjadi penyalahgunaan informasi kesehatan yang bersifat sensitif. Leonita, Emy, and Nizwardi Jalinus. "Peran media sosial dalam upaya promosi kesehatan: Tinjauan literatur." *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi* 18.2 (2018): 25-34.

2. Strategi dalam Promosi Kesehatan Digital

Menurut Aryo, dkk, 2022 ada beberapa strategi dalam promosi kesehatan digital antara lain :

a. Media Sosial

- 1) Menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube untuk menyebarkan edukasi kesehatan dalam bentuk video, infografis, atau kampanye interaktif.
- 2) Berkolaborasi dengan influencer atau tenaga kesehatan untuk meningkatkan kredibilitas pesan kesehatan.

- b. Aplikasi dan Website Kesehatan
 - 1) Mengembangkan aplikasi seluler yang menyediakan fitur pemantauan kesehatan, konsultasi online, dan rekomendasi gaya hidup sehat.
 - 2) Membuat portal atau blog edukasi yang menyediakan informasi kesehatan berbasis bukti ilmiah.
 - c. Telemedicine dan Konsultasi Digital
 - 1) Memfasilitasi layanan konsultasi medis jarak jauh melalui telemedicine untuk meningkatkan akses terhadap layanan kesehatan.
 - 2) Menyediakan chatbot atau asisten virtual yang dapat memberikan saran kesehatan secara otomatis.
 - d. Gamifikasi dan Edukasi Interaktif
 - 1) Menggunakan pendekatan permainan (gamifikasi) dalam aplikasi kesehatan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, misalnya dengan tantangan kebugaran atau penghargaan digital.
 - 2) Menyelenggarakan webinar, kelas online, atau podcast kesehatan yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat.
 - e. Big Data dan Kecerdasan Buatan (AI)
 - 1) Menganalisis data pengguna untuk memberikan rekomendasi kesehatan yang lebih personal dan prediktif.
 - 2) Menggunakan AI untuk mendeteksi tren kesehatan masyarakat dan mengembangkan strategi promosi kesehatan yang lebih efektif.
3. Manfaat Promosi Kesehatan Digital

Menurut Sembiluh dkk,2022, Promosi kesehatan digital memiliki beberapa manfaat antara lain :

- a. Meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat dengan cara yang lebih menarik dan mudah diakses.

- b. Mempermudah akses terhadap informasi dan layanan kesehatan, terutama bagi mereka yang berada di daerah terpencil.
- c. Mengurangi penyebaran informasi kesehatan yang tidak valid dengan menyediakan konten berbasis bukti.
- d. Membantu tenaga kesehatan dalam memberikan edukasi dan layanan kesehatan secara lebih efisien.

4. Tantangan Promosi Kesehatan Digital

Promosi kesehatan digital menawarkan banyak peluang dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku hidup sehat masyarakat. Namun, implementasinya tidak terlepas dari berbagai tantangan yang dapat menghambat efektivitasnya. Berikut adalah beberapa tantangan utama dalam promosi kesehatan digital. Menurut Handayani, B., & Arianto, B. (2024). *Promosi Kesehatan Era Digital*. Tantangan promosi kesehatan digital adalah sebagai berikut:

- a. Kesenjangan akses teknomogi.
Tidak semua individu atau kelompok masyarakat memiliki akses yang sama terhadap perangkat digital dan internet. Di daerah terpencil atau dengan kondisi ekonomi rendah, keterbatasan infrastruktur teknologi dapat menghambat pemanfaatan layanan kesehatan digital secara optimal.
- b. Rendahnya literasi digital.
Sebagian masyarakat masih kesulitan dalam memahami dan menggunakan teknologi digital, terutama lansia atau kelompok dengan pendidikan rendah. Kurangnya kemampuan dalam menilai validitas informasi juga berisiko meningkatkan penyebaran hoaks atau informasi kesehatan yang menyesatkan.
- c. Keamanan dan privasi data.
Dalam promosi kesehatan digital, banyak data pribadi yang dikumpulkan melalui aplikasi kesehatan dan platform online. Risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi menjadi tantangan besar yang harus diatasi dengan kebijakan perlindungan data yang kuat.

d. Validitas dan kredibilitas informasi.

Banyaknya informasi kesehatan yang beredar secara online sering kali sulit diverifikasi kebenarannya. Penyebaran informasi yang tidak valid atau hoaks dapat menyesatkan masyarakat dan berpotensi membahayakan kesehatan mereka.

e. Kurangnya interaksi personal.

Berbeda dengan konsultasi langsung dengan tenaga kesehatan, promosi kesehatan digital cenderung kurang memiliki interaksi personal. Hal ini dapat mengurangi efektivitas dalam membangun kepercayaan dan pemahaman yang mendalam terhadap informasi kesehatan yang diberikan.

f. Tantangan dalam perubahan perilaku

Meskipun informasi kesehatan dapat diakses dengan mudah secara digital, mengubah kebiasaan atau perilaku masyarakat tetap menjadi tantangan besar. Edukasi kesehatan harus dirancang sedemikian rupa agar dapat mendorong perubahan yang nyata dalam gaya hidup masyarakat.

g. Dukungan kebijakan dan regulasi.

Kurangnya regulasi yang jelas dalam promosi kesehatan digital dapat menghambat pengembangannya. Pemerintah dan pemangku kepentingan perlu menyusun kebijakan yang mendukung pemanfaatan teknologi dalam kesehatan, termasuk aspek hukum, etika, dan pengawasan konten. Untuk itu mengatasi tantangan-tantangan ini membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, tenaga kesehatan, pengembang teknologi, dan masyarakat agar promosi kesehatan digital dapat berjalan efektif dan memberikan manfaat yang maksimal.

5. Implementasi Promosi Kesehatan Digital

Promosi kesehatan digital merupakan strategi yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kesadaran serta perubahan perilaku masyarakat menuju gaya hidup sehat. Implementasi promosi kesehatan digital dapat dilakukan melalui berbagai metode dan

pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan serta tantangan yang ada. Berikut adalah langkah-langkah utama dalam implementasi promosi kesehatan digital:

a. Penggunaan Platform Digital

- 1) Media Sosial: Pemanfaatan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk menyebarkan informasi kesehatan dalam bentuk infografis, video edukatif, dan kampanye interaktif.
- 2) Aplikasi Kesehatan: Penggunaan aplikasi seluler yang menyediakan edukasi kesehatan, fitur pemantauan kesehatan pribadi, serta layanan konsultasi medis secara daring.
- 3) Website dan Blog Edukasi: Pengembangan situs web atau blog yang menyajikan artikel, panduan, dan materi edukasi kesehatan berbasis bukti ilmiah.

b. Pembuatan Konten yang Menarik dan Kredibel

- 1) Menyajikan informasi dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti infografis, video pendek, webinar, dan podcast kesehatan.
- 2) Menggunakan bahasa yang sederhana dan sesuai dengan target audiens untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat.
- 3) Memastikan validitas informasi dengan melibatkan tenaga kesehatan profesional dalam pembuatan konten.

c. Personalisasi dan Interaktivitas

- 1) Menyediakan layanan chatbot atau asisten virtual untuk menjawab pertanyaan pengguna tentang kesehatan.
- 2) Menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan rekomendasi kesehatan yang dipersonalisasi.
- 3) Mengadakan sesi diskusi langsung atau webinar interaktif dengan pakar kesehatan agar masyarakat dapat berpartisipasi aktif.

d. Kolaborasi dengan Berbagai Pihak

- 1) Bekerja sama dengan pemerintah, tenaga kesehatan, organisasi non-profit, serta influencer kesehatan untuk meningkatkan jangkauan kampanye.
- 2) Menggandeng perusahaan teknologi untuk meningkatkan inovasi dalam layanan kesehatan digital.
- 3) Melibatkan komunitas lokal dalam program promosi kesehatan berbasis digital untuk meningkatkan efektivitas dan keterlibatan masyarakat.

e. Penguatan Keamanan dan Privasi Data

- 1) Memastikan bahwa data pengguna yang dikumpulkan melalui platform digital aman dan tidak disalahgunakan.
- 2) Mengikuti regulasi terkait perlindungan data pribadi dalam layanan kesehatan digital.
- 3) Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga privasi data kesehatan mereka sendiri.

f. Evaluasi dan Pengembangan Berkelanjutan

- 1) Melakukan pemantauan dan analisis terhadap efektivitas kampanye promosi kesehatan digital menggunakan data dan metrik yang relevan.
- 2) Menggunakan umpan balik dari pengguna untuk meningkatkan kualitas konten dan layanan.
- 3) Menyesuaikan strategi promosi berdasarkan tren digital serta kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

Dengan implementasi yang tepat, promosi kesehatan digital dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat, memberikan akses informasi yang lebih luas, serta mendorong perubahan perilaku yang lebih sehat di era digital. Promosi kesehatan digital merupakan inovasi dalam penyebaran informasi dan layanan kesehatan melalui teknologi

digital. Dengan berbagai media seperti aplikasi kesehatan, telemedicine, media sosial, dan wearable devices, pendekatan ini mampu meningkatkan kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat terhadap kesehatan. Promosi kesehatan digital menawarkan banyak keunggulan dalam hal aksesibilitas, efektivitas, dan keterjangkauan. Namun, tantangan seperti misinformasi, kesenjangan digital, dan keamanan data harus diatasi agar implementasi promosi kesehatan digital dapat berjalan dengan maksimal.

Solusi terbaik adalah dengan mengkombinasikan promosi digital dengan pendekatan konvensional serta memastikan regulasi dan literasi digital masyarakat terus ditingkatkan. Manfaat utama promosi kesehatan digital meliputi akses yang lebih luas, efisiensi waktu dan biaya, serta personalisasi layanan kesehatan. Namun, ada tantangan yang perlu diatasi, seperti literasi digital yang rendah, risiko keamanan data, dan penyebaran informasi hoaks. Untuk mencapai efektivitas maksimal, promosi kesehatan digital harus didukung oleh regulasi yang jelas, edukasi masyarakat, serta kolaborasi antara pemerintah, tenaga medis, dan penyedia layanan digital. Dengan pendekatan yang tepat, teknologi ini dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat secara berkelanjutan (Handayani, dkk, 2024).

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Renata, Yustikasari Yustikasari, and Retasari Dewi. "Media informasi dan promosi kesehatan rumah sakit umum daerah." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2.8 (2022): 2869-2874.
- Al Isyrofi, Atik Qurrota A'Yunin, et al. "Kaderisasi Promotor Kesehatan Berbasis Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas Promosi Kesehatan di Era Digital." *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)* 8.2 (2024): 170-179.
- Ariyo, R. V. B., & Achadi, A. (2022). Penggunaan Strategi Pemasaran Digital dalam Layanan Kesehatan di saat Pandemi COVID-19: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(7), 775-780.
- Atmojo, Joko Tri, et al. "Inovasi Teknologi Dalam Promosi Kesehatan: Memanfaatkan Digital Untuk Kesehatan Keluarga." Penerbit Tahta Media (2024).
- Baktisiswoyo, Dony Wahyu, et al. "Upaya peningkatan kegiatan promosi kesehatan melalui media digital di Puskesmas Pakel Tulungagung." *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Krenova)* 2.1 (2022): 35-42
- Dewi, Retasari, Shofura Nur Adilah, and Renata Anisa. "Pengembangan Instagram@ RSUDkabsumedang sebagai Media Promosi Kesehatan." *Media Karya Kesehatan* 5.2 (2022).
- Handayani, Bkti, and Bambang Arianto. "Promosi Kesehatan Era Digital." (2024).
- Julianti, Vanda Sativa, Amal Chalik Sjaaf, and Wahyu Sulistiadi. "Strategi Implementasi Digital Marketing di Rumah Sakit pada Masa Pandemi COVID-19: Literature Review." *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)* 5.3 (2022): 218-223.
- Leonita, Emy, and Nizwardi Jalinus. "Peran media sosial dalam upaya promosi kesehatan: Tinjauan literatur." *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi* 18.2 (2018): 25-34

- Rachmiate, Atie, et al. "Promosi Kesehatan dalam Bentuk Media Digital Campaign untuk Pencegahan Stunting." *Jurnal Soshum Insentif* 6.2 (2023): 89-102.
- Setiawan, Eko Agus, and Muinah Fadhilah. "Strategis Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta." *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan* 2.4 (2023): 287-292.
- Sembiluh, Dhini, and Wahyu Sulistiadi. "Analisis Implementasi Pemasaran Digital di Rumah Sakit pada Pandemi COVID-19: Literatur Review." *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)* 5.3 (2022): 224-232.

BIODATA PENULIS



Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes. Lahir di Alor, NTT, pada tanggal 22 Februari 1972. Tercatat sebagai Lulusan Pendidikan Guru SPRG IKIP Bandung tahun 1996, Pendidikan Perawat Gigi Pendidik Fakultas Kedokteran Gigi, Universitas Gadjah Mada tahun 2005, dan Program Magister Promosi Kesehatan Universitas Diponegoro tahun 2011 dan saat ini sebagai dosen tetap di Jurusan Kesehatan Gigi Poltekkes Kemenkes Kupang.

BAB 12

Regulasi dan Kebijakan terkait Media Digital dalam Promosi Kesehatan

Dr. Drs. Nana Mulyana, M.Kes

A. Pendahuluan

Perkembangan yang sangat pesat ilmu pengetahuan dan teknologi, mendorong terjadinya era industri 5.0, salah satu ciri utamanya adalah perkembangan teknologi yang merubah pola komunikasi yang semula konvensional secara fisik bergeser menjadi digital. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Carayanis dalam Simonigar et.al (2024) seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan transformasi digital, masyarakat global kini menghadapi fenomena baru yang disebut Masyarakat 5.0.

Masyarakat 5.0 adalah masyarakat yang memanfaatkan teknologi, termasuk media digital sebagai alat dalam melakukan aktivitas dan komunikasi sehari-hari, baik di lingkungan keluarga, tempat kerja dan dalam kehidupan masyarakat secara lebih luas.

Penggunaan media digital saat ini digunakan dalam tatanan pemerintahan, termasuk dalam sektor kesehatan. Saat ini juga pemerintah, khususnya Kementerian Kesehatan sedang memperkuat dan menata kebijakan/regulasi yang terkait digitalisasi.

B. Regulasi dan kebijakan media digital dalam promosi kesehatan

1. Media digital

a. Pengertian

Menurut Abraham (2020) media digital adalah media yang dapat dibuat, dilihat, dimodifikasi, dikomunikasikan, dan disimpan pada perangkat elektronik digital yang mencakup perangkat lunak, video

digital, gambar, halaman web, basis data, audio digital, dan buku elektronik. Media digital sangat berbeda dengan media cetak atau media tradisional, tampilan lebih menarik. Suherdi (2021) juga menyampaikan bahwa media digital adalah suatu kombinasi data atau media untuk menyampaikan suatu informasi sehingga informasi itu tersaji dengan lebih menarik. Melalui media digital memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi dari berbagai sumber, termasuk berita, artikel, buku, video, dan kursus online, dengan cepat dan mudah.

Digitalisasi masuk ke semua sektor, dan dalam sektor kesehatan dikenal juga dengan kesehatan digital, seperti yang disampaikan World Health Organization (2019) bahwa kesehatan digital berakar pada eHealth, yang didefinisikan sebagai “penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung kesehatan dan bidang yang terkait dengan kesehatan”. Baru-baru ini, istilah kesehatan digital diperkenalkan sebagai “...istilah yang mencakup eHealth (yang mencakup mHealth), serta bidang-bidang yang sedang berkembang, seperti penggunaan ilmu komputasi tingkat lanjut dalam ‘big data’, genomik, dan kecerdasan buatan”.

Dalam aspek kesehatan adanya digitalisasi, melalui pemanfaatan media digital akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan akses dan pemerataan pelayanan kesehatan.

b. Komponen media digital

Menurut para pakar bahwa komponen media digital bisa dilihat dari format konten dan saluran digital (chanel).

1) Format Konten:

- a) Teks: termasuk didalamnya, artikel, posting blog, email, pembaruan media sosial, dan konten tertulis lainnya.
- b) Gambar: dapat berupa, foto, ilustrasi, infografis, dan konten visual lainnya.

- c) Audio: Musik, podcast, buku audio, dan konten berbasis suara lainnya.
 - d) Video: Video berdurasi pendek dan panjang, tutorial online, dan streaming langsung.
 - e) Elemen Interaktif: Permainan, kuis, survei, dan pengalaman interaktif lainnya.
- 2) Saluran Digital:
- a) Situs Web: Platform untuk menampilkan konten dan berinteraksi dengan pengguna.
 - b) Media Sosial: Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok untuk berbagi konten dan terhubung dengan audiens.
 - c) Email: Metode utama untuk komunikasi dan pemasaran langsung.
 - d) Aplikasi Seluler: Aplikasi yang dirancang untuk perangkat seluler, menawarkan berbagai fungsi.
 - e) Mesin Pencari: Platform seperti Google dan Bing bagi pengguna untuk menemukan informasi.
 - f) Layanan Streaming: Platform seperti Netflix, Spotify, dan YouTube untuk mengonsumsi konten video dan audio.
- b. Manfaat media digital
- Media digital memiliki banyak manfaat, antara lain :
- 1) Memudahkan komunikasi dan interaksi antar individu, kelompok maupun masyarakat
 - 2) Penyebaran informasi: media digital sebagai alat untuk menyebarkan informasi secara cepat, tepat, dan efisien.
 - 3) Kolaborasi: media digital sebagai media dalam melakukan kolaborasi antar sesama pengguna, masyarakat, mitra dan bahkan dalam sistem pemerintahan.
 - 4) Efisiensi: media digital dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan atau pelaksanaan tugas

- 5) Pembelajaran: media digital dapat digunakan sebagai media pembelajaran digital, baik untuk sekolah maupun perguruan tinggi.
- 6) Syiar agama: media digital dapat digunakan untuk dakwah atau kegiatan keagamaan.
- 7) Perubahan sosial: Media digital dapat digunakan untuk menggerakkan perubahan sosial kemasyarakatan.
- 8) Bisnis: media digital dapat digunakan untuk memasarkan produk, membangun brand awareness, dan menjaring audiens.

2. Regulasi yang terkait dengan media digital bidang kesehatan.

Dalam rangka transformasi kesehatan, pada tahun 2023 telah dilakukan simplifikasi perundang-undangan kesehatan, dengan lahirnya Undang-Undang nomor 23 tahun 2023 tentang kesehatan, dan tahun 2024 ditetapkan satu Peraturan Pemerintah sebagai peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang tersebut.

Berikut penulis sampaikan regulasi yang terkait dengan teknologi kesehatan, dan didalamnya menyangkut aspek media digital.

a. Undang-Undang Nomor 17 tahun 2023 tentang Kesehatan

Dalam undang-undang ini diatur bahwa pelayanan kesehatan harus menggunakan teknologi kesehatan, yaitu :

Bab V Upaya Kesehatan, Pasal 25

- (1) Penyelenggaraan Upaya Kesehatan dalam bentuk Pelayanan Kesehatan dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi
- (2) Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilaksanakan melalui Tele Kesehatan dan *telemedicine* yang terintegrasi dengan Sistem Informasi Kesehatan Nasional

Bab I Ketentuan Umum, Pasal 1

21. Telekesehatan adalah pemberian dan fasilitasi pelayanan kesehatan, termasuk kesehatan masyarakat, layanan informasi kesehatan, dan layanan mandiri, melalui telekomunikasi dan teknologi komunikasi digital.

22. Telemedicine adalah pemberian dan fasilitasi layanan klinis melalui telekomunikasi dan teknologi komunikasi digital.

- b. Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan.

Pada pasal 1021, Pemanfaatan teknologi kesehatan, yang terdiri dari 5 ayat, dan 4 ayat terkait dengan teknologi informasi, yaitu :

- (1) Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah mendorong pemanfaatan Teknologi Kesehatan yang dihasilkan dari penelitian, pengembangan, dan pengkajian dalam negeri dalam rangka mendukung Pelayanan Kesehatan.
- (2) Pemanfaatan Teknologi Kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan untuk membantu menegakkan diagnostik, pencegahan, pengobatan, peningkatan kualitas hidup, dan penanganan masalah Kesehatan.
- (3) Pemanfaatan Teknologi Kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. pemanfaatan teknologi informasi kesehatan dalam Sistem Informasi Kesehatan Nasional;
 - b. teknologi biomedis; dan
 - c. teknologi lainnya.
- (4) Pemanfaatan teknologi Informasi Kesehatan dalam Sistem Informasi Kesehatan Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a dapat berupa penerapan rekam medis elektronik, Telemedisin, Telekesehatan, robotik, dan kecerdasan buatan.

3. Kebijakan dalam penggunaan media digital sebagai wahana peningkatan literasi masyarakat.

Pentingnya digitalisasi dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara, mendapat perhatian khusus dari Presiden Prabowo Subianto, dalam pemerintahan Kabinet Merah Putih, telah dibentuk kementerian yang khusus mengelola digital, yaitu, Kementerian Komunikasi dan Digital (Kemkomdigi) dengan tujuan untuk mempercepat transformasi digital, fokus pada keamanan siber, dan mewujudkan pemerintahan digital yang inklusif dan berkualitas, serta memastikan pemerataan akses internet, terutama di wilayah 3T (terdepan, terluar, dan tertinggal). Untuk mewujudkan tujuan tersebut, Kementerian Komunikasi dan Digital, salah satunya adalah mengawal kesinambungan gerakan nasional literasi digital.

a. Gerakan literasi digital secara nasional

Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) telah mencanangkan Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) pada tahun 2021. GNLD merupakan gerakan atau kegiatan dalam meningkatkan kecakapan digital masyarakat Indonesia, dengan fokus pada empat pilar: digital skills (kemampuan menggunakan layanan digital) , digital ethics (beretika dalam ruang digital), digital safety (keamanan digital), dan digital culture (membangun budaya digital).

Gerakan nasional literasi digital bertujuan untuk membangun kesadaran dan pengetahuan masyarakat terkait pemanfaatan teknologi baru, serta meningkatkan kecakapan digital dalam berinteraksi di ruang digital.

Sasaran gerakan ini adalah pemerintahan, sektor pendidikan, dan masyarakat umum.

Kementerian Komunikasi dan Digital (2024), menyampaikan hasil survei indeks masyarakat digital Indonesia (IMDI) secara nasional cukup baik, dengan skor nasional 43,34 seperti terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1 : Distribusi Nilai IMDI Provinsi
(Sumber : Kemkomdigi, 2024)

Berdasarkan gambar di atas, sebagian besar provinsi memiliki skor IMDI cukup sebanyak 32 Provinsi, kategori tinggi 5 provinsi ; DKI Jakarta, Jawa Tengah, Yogyakarta, Bali dan Kepulauan Bangka Belitung, sedangkan yang skor masih kurang hanya provinsi Papua Pegunungan. Capaian IMDI tersebut, terkait dengan adanya kesinambungan dari gerakan nasional literasi digital, yang dimulai tahun 2021.

Secara umum pemanfaatan digital antar pulau Jawa dan luar Jawa relatif tidak jauh berbeda. Kondisi ini diharapkan akan menjadi indikasi bahwa pemanfaatan media digital sebagai alat untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kesadaran masyarakat dalam berbagai bidang, termasuk dalam bidang kesehatan, dapat diakses oleh masyarakat.

b. Transformasi digitalisasi kesehatan

Sejak tahun 2021 Kementerian Kesehatan melakukan transformasi teknologi kesehatan, dengan tiga sasaran (Kemenkes, 2024), yaitu :

- 1) Integrasi dan Pengembangan Data Kesehatan. Hal ini dibagi menjadi Integrasi Sistem Data Kesehatan dan Pembangunan Sistem Analisis Big Data Kesehatan. Kegiatan ini memiliki luaran utama yaitu meningkatkan mutu kebijakan kesehatan berbasis data yang akurat, mutakhir, dan lengkap ;
- 2) Integrasi dan Pengembangan Aplikasi Pelayanan Kesehatan. Kegiatan ini memiliki 3 program kegiatan, yakni Mengembangkan Aplikasi Kesehatan yang Terintegrasi, Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Kesehatan dengan kemampuan informatika kesehatan, dan Mendirikan Helpdesk terpusat di Kemenkes ; dan
- 3) Pengembangan Ekosistem Teknologi Kesehatan. Pada kegiatan ini, Kemenkes memiliki 3 program utama, yakni Perluasan Teknologi Telemedicine, Pengembangan Ekosistem Produk Inovasi Teknologi Kesehatan dan Integrasi Riset Bioteknologi Kesehatan

Dalam pelaksanaan transformasi digital kesehatan, Kementerian Kesehatan telah menyusun rancangan arsitektur digital kesehatan, yang terdiri dari fungsi utama dan fungsi penunjang. Fungsi utama salah satunya aspek ketahanan kesehatan dengan proses bisnis meliputi ; sistem kewaspadaan dini, penyelidikan epidemiologi, tata laksana, dan edukasi atau promosi kesehatan.

Melalui proses bisnis ini, secara khusus mengatur edukasi atau promosi kesehatan. Pelaksanaan promosi kesehatan melalui ; penyuluhan kesehatan, konsultasi, pemberdayaan masyarakat, kemitraan dalam upaya kesehatan, serta melakukan advokasi kepada pembuat

kebijakan agar melahirkan kebijakan yang pro-kesehatan, bisa mengoptimalkan media digital.

4. **Pemanfaatan media digital sebagai alat promosi kesehatan.**

Media digital menjadi media penting dalam promosi kesehatan, karena terdapat beberapa kelebihan dari media digital, yaitu; memiliki jangkauan audiens luas, meningkatkan kesadaran, memfasilitasi interaksi, dan memberikan informasi kesehatan secara cepat dan efisien.

Berikut penulis sampaikan beberapa pemanfaatan media digital dalam promosi kesehatan di Indonesia ;

a. Penggunaan media digital dalam upaya pencegahan dan penanganan Covid-19

Terjadinya pandemi Covid-19 menjadi pemicu terjadinya loncatan teknologi yang sangat cepat, yaitu penggunaan media digital. Penggunaan media digital ini selain lebih cepat, cakupan luas, dan yang lebih penting menghindari adanya kontak fisik yang dapat menularkan Covid-19. Edukasi sebagai salah satu strategi promosi kesehatan dilakukan melalui penyampaian pesan-pesan kepada masyarakat terkait dengan Covid-19, konsultasi kesehatan, rapat/pertemuan dan kegiatan lain menggunakan media digital.

b. Pengintegrasian data kesehatan melalui SATUSEHAT

Pelajaran yang berharga dari kejadian pandemi Covid-19 adalah pentingnya memanfaatkan digital dalam berbagai aspek kesehatan. Untuk itu Kementerian kesehatan membuat terobosan dengan mengembangkan sistem informasi kesehatan secara nasional yaitu aplikasi SATUSEHAT, adalah platform digital yang digunakan untuk mengakses data kesehatan dan mengelola kesehatan pribadi.

Terdapat beberapa produk dalam aplikasi SATUSEHAT (Kemenkes, 2025), yaitu :

- 1) SATUSEHAT Mobile ; sebagai sumber informasi dan layanan kesehatan yang terpercaya. SATUSEHAT Mobile memudahkan masyarakat Indonesia mengakses layanan kesehatan dan data kesehatan pribadi. Aplikasi ini dapat digunakan oleh masyarakat.
- 2) Aplikasi Sehat IndonesiaKu (ASIK) ; mendukung pemberian dan pencatatan pelayanan kesehatan primer yang holistik, promotif, dan preventif berbasis komunitas. Aplikasi ini dapat digunakan oleh Dinas Kesehatan, Puskesmas, tenaga kesehatan dan kader kesehatan.
- 3) SATUSEHAT Platform. Adalah platform interoperabilitas data kesehatan yang mendukung integrasi Rekam Medis Elektronik secara nasional. Aplikasi ini dapat digunakan sarana kesehatan dan industri pendukung kesehatan.
- 4) SATUSEHAT Data ; analitik data kesehatan sebagai pendukung kebijakan yang responsif melalui dashboard interaktif dengan sumber data terpercaya dan terpusat. Aplikasi ini dapat digunakan oleh Pemerintah, Dinas Kesehatan, Fasilitas Kesehatan, tenaga kesehatan, akademisi, dan masyarakat
- 5) SATUSEHAT SDMK. Portal layanan untuk Sumber Daya Manusia Kesehatan di Indonesia yang terpusat dan terintegrasi. Aplikasi ini hanya digunakan oleh tenaga kesehatan.

Produk SATUSEHAT di atas, terutama yang dapat digunakan masyarakat, dapat dijadikan media yang efektif untuk edukasi kepada masyarakat, sebagai salah satu strategi promosi kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham (2020) Impact of Digital Media nn Society. International Journal Creative Research Thoughts. | Volume 8, Issue 5 May 2020 | ISSN: 2320-28820
- Kementerian Kesehatatan RI, 2021. Strategi Transformasi Digital Kesehatan 2024, Jakarta
- Kementerian Kesehatan RI. 2025. SATUSEHAT : Kesehatan Anda, Masa Depan Anda. <https://satusehat.kemkes.go.id/Error!> **Hyperlink reference not valid.** unduh 7 Maret 2025
- Kementerian Komunikasi dan Digital RI, 2024. Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI), Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunkasi dan Digital
- Munir, 2013. Multimedia dan Konsep Aplikasi Dalam Pendidikan. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Simonigar , Jhimshy Geraldo Valentino Rotty, Naniek N. Setijadi. 2020. Membangun masyarakat 5.0 di era digital melalui pendidikan dan komunikasi berkelanjutan. Jurna Cahaya Mandalika. Mei 2020
- Suherdi, Devri. 2021. Peran Literasi Digital Di Masa Pandemi. Publisher, Cattleya Darmaya Fortuna
- Word Health Organization, 2019. Guideline Recommendations on Digital Interventions for Health System Strengthening. Geneva: World Health Organization; 2019. ISBN-13: 978-92-4-155050-5

BIODATA PENULIS



Dr. Drs Nana Mulyana, M.Kes lahir di Subang-Jabar, pada 21 Mei 1965. Menyelesaikan pendidikan S1 Fisip Uniga, S2 FKM UI, dan S3 FKM UI . Riwayat pekerjaan, Dinas Kesehatan Kabupaten Garut (1991-1998), Ditjen Binkesmas kemenkes (1998-2022), Ditjen Yanmedik Kemenkes (2003-2009), Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan/ Balitbangkes (2010-2011), Pusat Promkes Kemenkes (2012-2015), Kepala Puslitbang Sumber Daya dan Pelayanan Kesehatan Balitbangkes Kemenkes (2015-2017), Sekretaris Badan Litbangkes Kemenkes (2018-2021), Sekretaris Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan Kemenkes (2022-2023), Dosen Poltekes Kemenkes Jakarta III pada Program Studi Promosi Kesehatan (Januari 2024 sd sekarang). Selain itu sejak tahun 2010 sd sekarang, sebagai dosen tamu program S2 FKM UI, dan penguji Program S3 FKM UI, FIK UI dan S3 FK Universitas Andalas Program Studi IKM

BAB 13

Tren dan Inovasi Media Promosi Kesehatan Masa Depan

Dihan Fahry Muhammad, S.Kep., Ns., MPH

A. Pendahuluan

Promosi kesehatan merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan perilaku masyarakat terhadap kesehatan. Salah satu komponen penting dalam promosi kesehatan adalah media promosi kesehatan, yang berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kesehatan secara efektif kepada masyarakat. Media promosi kesehatan dianggap penting karena merupakan alat edukasi utama dalam menciptakan masyarakat yang lebih sehat dan sadar akan pentingnya pencegahan penyakit. Seiring perkembangan teknologi yang pesat, perkembangan media promosi kesehatan juga semakin memperkuat dampaknya di masa depan.

Kreatifitas penyampaian edukasi melalui media promosi kesehatan saat ini semakin terus berkembang, tentu kondisi ini akan menuntut penyaji agar mampu menghasilkan media-media promosi kesehatan yang semakin menarik. Namun perkembangan media ini akan selalu bergantung pada berbagai sarana atau alat-alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi kesehatan kepada individu atau kelompok dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku menuju hidup yang lebih sehat. Sarana serta alat-alat media tersebut hingga saat ini dan seterusnya akan selalu dikembangkan oleh para ahli sehingga menghasilkan inovasi teknologi yang canggih dan muthakir. Melalui pokok bahasan ini penulis akan menjabarkan beberapa tren serta inovasi media

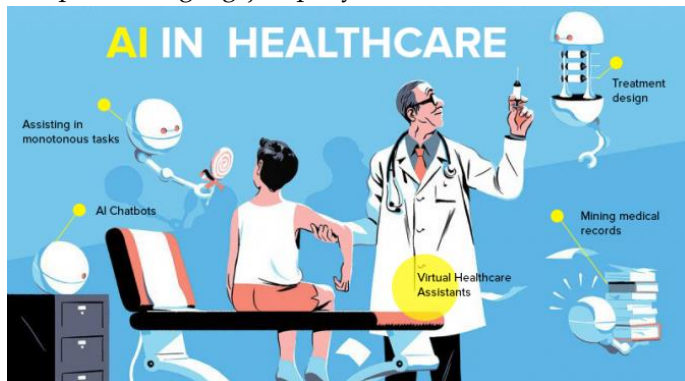
promosi kesehatan masa depan yang saat ini sudah mulai banyak diterapkan dalam berbagai contoh nyata dalam dunia promosi kesehatan.

B. Tren dan Inovasi Media Promosi Kesehatan Masa Depan

1. Digitalisasi dan Teknologi dalam Promosi Kesehatan

a. Chatbots berbasis Artificial Intelligence (AI)

Chatbots berbasis Artificial Intelligence (AI) telah menjadi salah satu inovasi dalam media promosi kesehatan, memungkinkan komunikasi yang cepat, personal, dan interaktif. Dengan menggunakan Natural Language Processing (NLP) dan Machine Learning (ML), chatbots dapat memberikan informasi kesehatan secara real-time, konsultasi awal, dan edukasi kesehatan yang lebih efektif. Chatbot digunakan dalam edukasi kesehatan secara personal melalui media promosi kesehatan berteknologi canggih untuk memberikan informasi yang cepat, akurat, dan sesuai kebutuhan individu. Implementasi chatbot berbasis AI dalam edukasi kesehatan telah berkembang pesat, dengan memanfaatkan platform seperti WhatsApp, website, dan aplikasi kesehatan. Hadirnya teknologi AI bahkan mampu menjawab pertanyaan tentang pola makan sehat ataupun berbagai gejala penyakit secara realtime.



Gambar 1. Chatbots Berbasis Artificial Intelligence

Salah satu implementasi nyata yaitu ASHABot sebuah chatbot berbasis AI yang dirancang untuk

mendukung tenaga medis di India dengan menyediakan informasi medis yang akurat dan terkini melalui platform WhatsApp. ASHABot membantu menjawab pertanyaan dasar dan sensitif yang mungkin enggan ditanyakan kepada tenaga medis, sehingga mampu meningkatkan pengetahuan kesehatan secara langsung serta mempermudah pasien dalam menjadwalkan janji temu dengan tenaga medis berupa pengingat otomatis sebelum waktu konsultasi. Hal ini juga dapat mengurangi kemungkinan ketidakhadiran dan memastikan kepatuhan terhadap rencana perawatan maupun pengobatan.

b. Big Data berbasis Predictive Analytics

Memasuki era digital, big data dan predictive analytics menjadi kunci dalam pengembangan inovasi media promosi kesehatan. Teknologi ini memungkinkan penyampaian informasi kesehatan yang lebih efektif, personal, dan berbasis bukti yang akurat, sehingga mampu meningkatkan keterjangkauan dan dampak promosi kesehatan yang maksimal. Manfaat big data dalam promosi kesehatan antara lain; mampu mengidentifikasi tren kesehatan masyarakat secara real-time, mampu menyesuaikan kampanye kesehatan berdasarkan perilaku individu, mampu memperkirakan risiko penyakit berdasarkan pola gaya hidup dan lingkungan, mampu mendeteksi penyebaran penyakit lebih cepat untuk pencegahan lebih dini.



Gambar 2. Big Data Berbasis Predictive Analytics

Big data dalam tata kelola kesehatan akan mengacu pada kumpulan data individu dalam jumlah besar yang berasal dari berbagai sumber terkait pola kesehatan. Beberapa contoh implementasinya seperti; rekam medis elektronik (Electronic Health Records/ EHR), media sosial dan pencarian online terkait kesehatan, wearable devices yang mampu merekam seluruh aktivitas fisik dan catatan kesehatan masing-masing penggunanya, serta hasil data survei dan riset kesehatan masyarakat secara luas. Hasil dari seluruh big data tersebut akan dikelola menjadi predictive analytics yang akan menghasilkan algoritma dan kecerdasan buatan (AI) untuk memprediksi tren kesehatan dan respons masyarakat terhadap kampanye kesehatan. Sehingga jika ditinjau dari perkembangan sumber data yang pesat ini maka era masa depan promosi kesehatan akan lebih interaktif, digital, dan berbasis data.

c. Internet of Things (IoT) dan Wearable Devices

Perkembangan teknologi Internet of Things (IoT) dan wearable devices semakin memiliki andil dan peran dalam media promosi kesehatan. Melalui kemampuan menghubungkan perangkat kesehatan ke internet, IoT memungkinkan pemantauan kesehatan secara real-time, sementara wearable devices membantu individu

Sedangkan wearable devices berperan sebagai perangkat pintar yang dipakai langsung pada bagian tubuh pengguna individu dan berfungsi untuk memantau kondisi kesehatan serta memberikan feedback kesehatan personal. Wearable devices yang sudah terintegrasi dengan kemampuan pemantauan kesehatan sudah banyak beredar saat ini seperti; Apple Watch dan Fitbit yang memberikan notifikasi jika detak jantung tidak normal atau kurang aktivitas, dan beberapa aplikasi seperti Google Fit atau Samsung Health yang memberi penghargaan untuk setiap aktivitas fisik harian yang mampu dicapai.



Beberapa penerapan IoT dan wearable devices yang sudah dilakukan dan terus dikembangkan dalam upaya promosi kesehatan masa depan antara lain; smartwatch dan sensor medis untuk memantau detak jantung, tekanan darah, kadar oksigen, hingga pola tidur, serta mengingatkan pengguna untuk menjaga kesehatannya. IoT juga mampu menerapkan kampanye kesehatan

berdasarkan data secara real-time. Misalnya, aplikasi kesehatan yang terhubung ke sensor cuaca dapat memberikan peringatan polusi udara bagi penderita asma. Kemudian wearable devices memiliki kemampuan mengirimkan notifikasi pencegahan kepada pengguna, seperti contoh; peringatan detak jantung tidak normal untuk mencegah serangan jantung, notifikasi “waktunya bergerak” jika pengguna duduk terlalu lama, pengingat untuk minum air ataupun konsumsi obat tertentu.

2. Media Sosial dan Influencer Kesehatan

a. Promosi Kesehatan di TikTok, Instagram, dan YouTube

Memasuki era digital pada saat ini media sosial seperti; TikTok, Instagram, dan YouTube telah menjadi platform utama dalam menyebarkan informasi kesehatan secara cepat, menarik, dan mudah diakses. Melalui pendekatan berbasis konten visual dan algoritma yang mendukung penyebaran viral, platform ini menjadi inovasi media promosi kesehatan pada era sekarang dan masa yang akan datang. Keunggulan platform TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai media dalam promosi kesehatan antara lain;

- 1) Visual dan interaktif: video pendek dan infografis membuat informasi kesehatan lebih mudah dipahami.
- 2) Jangkauan luas dan viral: algoritma media sosial memungkinkan konten kesehatan menjangkau jutaan orang secara sekaligus.
- 3) Personalisasi: konten disesuaikan dengan minat pengguna berdasarkan interaksi mereka di platform.
- 4) Engagement tinggi: pengguna dapat dengan mudah bertanya, berkomentar, dan berbagi pengalaman secara langsung.

- 5) Fleksibel dan kreatif: menggunakan tren, tantangan, atau filter untuk menyampaikan pesan kesehatan dengan cara yang menarik.



Gambar 4. Media Sosial Instagram, Tiktok, dan YouTube

Media promosi kesehatan menggunakan platform TikTok, Instagram, dan YouTube memungkinkan informasi kesehatan lebih mudah diterima, lebih menarik, dan lebih berpengaruh. Melalui rancangan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat terhadap kesehatan.

b. Influencer dan KOL (Key Opinion Leaders) Kesehatan

Influencer dan Key Opinion Leaders (KOL) memiliki peran penting dalam mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat terkait kesehatan. Mereka mampu memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi yang akurat, mudah dipahami, dan menarik, menjadikan promosi kesehatan lebih efektif dan luas jangkauannya. Influencer dan KOL memiliki pengetahuan dan pengaruh di bidang tertentu karena memiliki jumlah pengikut yang besar di media sosial. Influencer dan KOL mudah mendapatkan kepercayaan publik karena gaya hidup, pola kepribadian, dan konten-konten yang mereka buat memiliki daya tarik tersendiri bagi para penggemarnya.

Mengapa Influencer dan KOL Kesehatan bisa dianggap efektif dalam mengkampanyekan promosi kesehatan?

- 1) Kepercayaan dan kredibilitas: KOL seperti dokter, perawat, ahli gizi, atau praktisi kesehatan memiliki kredibilitas yang tinggi.
- 2) Jangkauan luas dan engagement tinggi: audiens mereka aktif mengikuti dan berinteraksi dengan kontennya.
- 3) Konten yang menarik dan mudah dipahami: edukasi dikemas dalam format video pendek, infografis, atau live streaming.
- 4) Menyesuaikan tren digital: menggunakan format TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts, hingga podcast kesehatan.
- 5) Dampak positif pada perilaku sehat: menginspirasi perubahan gaya hidup, misalnya pola makan sehat atau rutin berolahraga.



Gambar 5. dr.Tirta Sebagai Tokoh Influencer Kesehatan

Peran Influencer dan KOL kesehatan pada masa depan mendatang akan dianggap semakin penting dan banyak dibutuhkan karena mereka dianggap mampu mengedukasi, menginspirasi, dan membentuk kebiasaan sehat masyarakat. Melalui strategi digital yang tepat,

promosi kesehatan akan lebih engaging, berbasis data, dan berdampak secara luas.

c. Hashtag dan Viral Challenge

Penggunaan hashtag dan viral challenge menjadi salah satu strategi yang efektif dalam media promosi kesehatan. Melalui pemanfaatan tren yang sedang viral di media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, maka kampanye kesehatan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam gaya hidup sehat. Efektivitas penggunaan hashtag dan viral challenge terbukti mampu meningkatkan jangkauan dan partisipasi pengguna contohnya konten yang menarik dan berbasis komunitas akan mudah menjadi viral. Strategi pemanfaatan Influencer dan KOL disini juga dapat dilakukan karena melalui Partisipasi influencer akan mempercepat penyebaran kampanye kesehatan tersebut.



Gambar 6. Penggunaan Hashtag saat Pandemi COVID-19

Efektivitas lainnya seperti misalnya; pembuatan promosi kesehatan menjadi lebih mudah dan menyenangkan karena mampu mengubah tantangan edukasi kesehatan menjadi sesuatu yang lebih interaktif. Penggunaan algoritma media sosial seperti hashtag juga akan mempermudah pencarian informasi kesehatan serta meningkatkan eksposur kampanye. Hashtag yang dibuat

juga dapat diukur dan dipantau melalui jumlah unggahan dengan hashtag tertentu sehingga akan terlihat bagaimana dampak kampanye kesehatan tersebut beredar di media sosial. Sehingga pemanfaatan hashtag dan viral challenge dalam upaya promosi kesehatan dianggap menjadi pilihan yang menarik, interaktif, dan mudah menjangkau oleh generasi digital. Masa depan promosi kesehatan adalah sosial, berbasis data, dan berbentuk tantangan yang menyenangkan.

3. Gamifikasi dan Interaktif Media

a. Aplikasi Kesehatan dengan Konsep Game

Perkembangan dunia digital yang pesat saat ini, justru mampu mengubah gamifikasi dalam aplikasi kesehatan menjadi strategi inovatif untuk mendorong perilaku sehat dengan cara yang menyenangkan dan interaktif. Teknik menggabungkan elemen permainan seperti poin, tantangan, leaderboard, dan reward, promosi kesehatan dapat menjadi lebih menarik, efektif, dan mampu meningkatkan keterlibatan pengguna.



Gambar 7. Game Edukasi Kesehatan Gigi dan Mulut

Aplikasi kesehatan berbasis gamifikasi ini akan bermanfaat secara maksimal jika mampu diaplikasikan dengan beberapa wearable devices dalam kehidupan sehari-hari. Adapun efektivitas aplikasi kesehatan berbasis gamifikasi ini antara lain; meningkatkan motivasi

dan konsistensi terhadap pengguna agar lebih termotivasi untuk tetap sehat jika ada hadiah atau tantangan, interaktif dan menyenangkan untuk mengubah rutinitas kesehatan menjadi pengalaman bermain baru, meningkatkan keterlibatan elemen sosial seperti leaderboard dan komunitas agar pengguna lebih pro-aktif, mampu membantu pengguna melakukan perubahan perilaku dalam meningkatkan kebiasaan sehat secara bertahap melalui reward dan tantangan tertentu, serta mampu memanfaatkan teknologi AI dan IoT agar bisa terhubung dengan wearable devices untuk memaksimalkan seluruh fungsinya dalam memantau kesehatan secara real-time.

b. Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR)

Teknologi Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) telah menjadi inovasi terbaru dalam promosi kesehatan, teknologi ini menawarkan pengalaman interaktif, edukatif, dan imersif. Melalui penggabungan dunia digital dan dunia nyata, AR dan VR dapat membantu masyarakat memahami kesehatan dengan cara yang lebih menarik dan efektif. Penerapan AR dan VR dalam media promosi kesehatan antara lain seperti berikut;

- 1) Aplikasi AR untuk simulasi penyakit contohnya, AR filter yang dapat menunjukkan dampak merokok pada paru-paru secara nyata.
- 2) VR Experience untuk kesadaran penyakit, pengguna dapat merasakan bagaimana rasanya hidup dengan penyakit diabetes ataupun stroke melalui simulasi VR.
- 3) Poster dan brosur Interaktif, proses ini melalui pemindaian QR Code, pengguna akan bisa melihat animasi secara tiga dimensi (3D) terkait informasi kesehatan.



Gambar 8. Augmented dan Virtual Reality Kesehatan

Inovasi AR dan VR membuka peluang besar dalam meningkatkan layanan kesehatan dari berbagai aspek. Melalui manfaat yang signifikan, perlahan tapi pasti, AR dan VR mengubah sudut pandang dan cara kita dalam pemeliharaan kesehatan sehari-hari. Setiap inovasi teknologi pasti akan banyak tantangan namun sebagai tenaga medis profesional kita harus tetap ikut terus mengembangkan teknologi ini, maka masa depan kesehatan masyarakat bisa menjadi lebih terkoneksi, terjangkau, dan efektif. Penggunaan teknologi AR dan VR pada era masa depan sebagai media promosi kesehatan akan berhasil jika diaplikasikan dengan benar, adapun efektivitas pengaplikasian inovasi media promosi kesehatan berbasis AR dan VR ini antara lain;

- 1) Visual dan interaktif, mampu menampilkan informasi kesehatan dalam bentuk 3D yang lebih mudah dipahami dan terlihat nyata.
- 2) Pengalaman imersif, mampu membantu pengguna merasakan dampak langsung dalam suatu kondisi kesehatan secara virtual.
- 3) Simulasi dan pelatihan, inovasi AR dan VR dapat digunakan untuk edukasi medis, simulasi operasi, dan latihan keterampilan kesehatan.
- 4) Meningkatkan kesadaran dan perubahan perilaku, pengguna AR dan VR akan merasakan pengalaman

mendalam tentang kondisi kesehatan tertentu untuk mendorong perilaku sehat.

- 5) Aksesibilitas menjadi lebih baik, inovasi AR dan VR ini dapat digunakan secara fleksibel dimana saja seperti di rumah, sekolah, rumah sakit, maupun di tempat kerja.

Inovasi AR dan VR merupakan masa depan promosi kesehatan yang lebih interaktif, mendalam, dan berbasis pengalaman nyata. Melalui inovasi teknologi ini, maka edukasi kesehatan tidak hanya lebih menarik, tetapi juga lebih efektif dalam mendorong perubahan perilaku yang sehat.

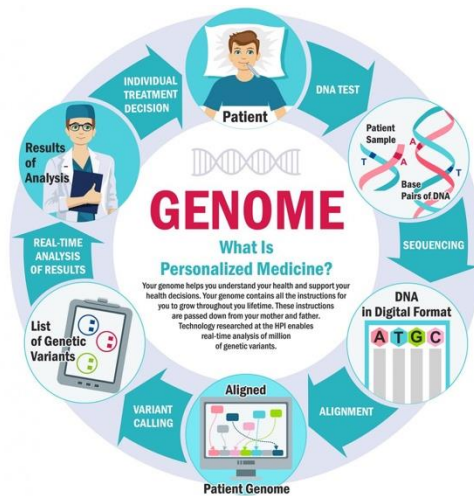
c. Genomics dan Precision Health Marketing

Menuju era kesehatan presisi (precision health), genomics dan precision health marketing menjadi inovasi baru dalam promosi kesehatan yang lebih personal, berbasis data genetik, dan terarah. Teknologi ini memungkinkan individu mendapatkan rekomendasi kesehatan yang spesifik, bukan sekadar kampanye kesehatan secara umum saja. Genomics merupakan ilmu yang mempelajari tentang DNA dan gen manusia untuk memahami risiko penyakit, respons terhadap obat, dan predisposisi genetik terhadap kondisi tertentu. Sedangkan precision health marketing merupakan pendekatan pemasaran kesehatan yang menggunakan data genomik, gaya hidup, dan faktor lingkungan untuk memberikan rekomendasi kesehatan yang lebih akurat dan personal.

Perbedaan antara promosi kesehatan masa depan dengan konvensional jika menggunakan data genomik sebagai berikut: Dahulu kampanye kesehatan bersifat umum misalnya, "Semua orang harus makan sehat dan olahraga". Sekarang dan masa depan kampanye kesehatan akan lebih spesifik dengan berbasis data genomik setiap pengguna misalnya, "Berdasarkan DNA yang Anda miliki, maka diet tinggi protein lebih efektif daripada diet rendah karbohidrat". Berikut beberapa

contoh implementasi genomics dan precision health marketing yang sudah diterapkan dan terus dikembangkan kedepannya;

- 1) DNA-driven virtual health coach, memungkinkan AI memberikan saran kesehatan secara real-time berdasarkan genomik dan data wearable devices.
- 2) Blockchain for genomic data privacy, mampu menjaga keamanan data DNA setiap pengguna dalam pemasaran kesehatan.
- 3) AR dan VR for personalized health education, sebagai bentuk inovasi edukasi kesehatan berbasis simulasi DNA dan respons tubuh masing-masing pengguna.
- 4) Metaverse health marketing, bentuk konsultasi genomik dalam lingkungan metaverse yang interaktif.



Gambar 9. Alur Genomik Kesehatan Personal

Melalui teknologi data genomics dan model precision health marketing, maka masa depan promosi kesehatan akan lebih personal, berbasis data genetik, dan proaktif. Ini bukan hanya tentang edukasi kesehatan umum, tetapi tentang memberikan informasi yang paling relevan bagi setiap individu berdasarkan masing-masing

DNA mereka. Masa depan promosi kesehatan adalah presisi dan personal.

Tren dan inovasi media promosi kesehatan di masa depan nanti akan semakin digital, interaktif, berbasis data, dan menggunakan AI untuk menjangkau masyarakat secara spesifik dengan lebih proaktif dan efektif. Penggunaan media sosial, gamifikasi serta penerapan teknologi imersif seperti AR dan VR juga akan semakin mendominasi strategi promosi kesehatan pada masa mendatang dengan harapan edukasi kesehatan dapat tersampaikan secara lebih menyenangkan dan menarik perhatian masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quraishi, T. et al. (2024). Big Data Predictive Analytics for Personalized Medicine: Perspectives and Challenges. *Applied Data Science and Analysis*. 2024, 32-38. DOI:<https://doi.org/10.58496/ADSA/2024/004>.
- Ali, Mohammad. (2024). The Creation of Health Content on Social Media to Attract Public Interest in Health Literacy. *Jurnal Jaminan Kesehatan Nasional*. 4. 122-132. 10.53756/jjkn.v4i2.217.
- Arsyadi, I. W. (2022). IoT Wearable Device Heart Rate Monitoring. *JOSR: Journal of Social Research*, 1(11), 257-262. <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/view/301/340>
- Azizah, Desinta & Susanto, Anton & Noor, Hesty. (2024). The Influence of Influencer Marketing and Electronic Word of Mouth on Patient Decisions in Choosing Health Service at Indriati Hospital Solo Baru. *Jurnal Kesehatan*. 280-290. 10.23917/jk.v17i3.6341.
- Hidayani, W. R., & Santosa, A. F. (2024). Wearable IoT dalam Bidang Kesehatan: Tantangan dan Peluang. *Bincang Sains Dan Teknologi*, 3(02), 78-84. <https://doi.org/10.56741/bst.v3i02.599>
- Khoury, Muin & Holt, Kathryn. (2021). The impact of genomics on precision public health: beyond the pandemic. *Genome Medicine*. 13. 67. 10.1186/s13073-021-00886-y.
- Rabindra Aldyan Bintang Mustofa, & Mutiara Sani. (2024). Efektivitas Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial dalam Mendorong Perilaku Hidup Sehat pada Remaja. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(3), 212-223. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.484>
- Satyafebrianti, K. C., Zahira, A. S. ., Agustina, P. N., Arbani, R. A., & Rusdi, M. S. (2025). Literature Review: Peran Artificial Intelligence Berdasarkan Chatbot dalam Meningkatkan Promosi Kesehatan . *Prosiding Seminar Nasional COSMIC Kedokteran*, 3, 81-91. Diambil dari

<https://prosidingcosmic.fk.uwks.ac.id/index.php/cosmic/article/view/72>

- Vesdiana, Mr & Rahman, La. (2020). Penerapan Gamification Berbasis Android pada Sasaran Promosi Kesehatan di Rumah Sakit: Tinjauan Literatur. *Jurnal Mitra Kesehatan*. 2. 67-76. 10.47522/jmk.v2i2.42.
- Wahono, M., Pranowo, A., & Ulfa, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok untuk Sarana Promosi Kesehatan. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 4(1), 181-188. <https://doi.org/10.37287/jpm.v4i1.900>
- Y. J. Oh, J. Zhang, M. L. Fang, and Y. Fukuoka. (2021). "A Systematic Review of Artificial Intelligence Chatbots for Promoting Physical Activity, Healthy Diet, and Weight Loss," *Int. J. Behav. Nutr. Phys. Act.*, vol. 18, no. 1, pp. 1-25, 2021, doi: 10.1186/s12966-021-01224-6.
- Zarei, Tohid & Emery, Michelle & Saredakis, Dimitrios & Lee, Gun & Stubbs, Ben & Szpak, Ancret & Loetscher, Tobias. (2024). 'Being there together for health': A Systematic Review on the Feasibility, Effectiveness and Design Considerations of Immersive Collaborative Virtual Environments in Health Applications. 10.48550/arXiv.2412.04760.
- Zhang Z. (2020). Predictive Analytics in the Era of Big Data: Opportunities and Challenges. *Annals of Translational Medicine*, 8(4), 68. <https://doi.org/10.21037/atm.2019.10.97>

BIODATA PENULIS



Dihan Fahry Muhammad, S.Kep., Ns., MPH lahir di Sragen, pada 15 Juli 1993. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Alma Ata dan melanjutkan S2 di Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan, Universitas Gadjah Mada. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Program Studi Ilmu Keperawatan dan Pendidikan Profesi Ners Universitas Alma Ata Yogyakarta.

BAB 14

Strategi Komunikasi Krisis dalam Promosi Kesehatan Digital

Bd. Juita Sari, SST, SKM, M.Kes

A. Pendahuluan

Di era digital, promosi kesehatan semakin bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi untuk menjangkau masyarakat luas. Media sosial, aplikasi kesehatan, dan platform digital lainnya menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan kesehatan secara cepat dan efektif. Namun, perkembangan teknologi ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama ketika terjadi krisis kesehatan, seperti pandemi, wabah penyakit, atau penyebaran informasi yang menyesatkan (*misinformasi*). Dalam situasi seperti ini, strategi komunikasi krisis menjadi elemen krusial dalam memastikan bahwa informasi yang benar dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Komunikasi krisis dalam promosi kesehatan digital harus dirancang dengan prinsip keterbukaan, kecepatan, dan keakuratan. Penyampaian informasi yang jelas, berbasis bukti, serta penggunaan media digital yang tepat dapat membantu mengurangi kepanikan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap otoritas kesehatan. Selain itu, strategi komunikasi yang efektif juga harus mempertimbangkan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, seperti tenaga medis, media, dan masyarakat umum, untuk menciptakan komunikasi yang lebih terarah dan berdampak positif.

Materi ini akan membahas berbagai strategi komunikasi krisis yang dapat diterapkan dalam promosi kesehatan digital, termasuk penggunaan media sosial, manajemen informasi, serta pendekatan berbasis kepercayaan dan transparansi. Dengan

memahami dan menerapkan strategi ini, diharapkan instansi kesehatan dan organisasi terkait dapat lebih siap dalam menghadapi krisis dan menjaga kesehatan masyarakat secara optimal.

B. Konsep Strategi Komunikasi Krisis dalam Promosi Kesehatan Digital

1. Pengertian Komunikasi Krisis dalam Promosi Kesehatan Digital

a. Komunikasi

Komunikasi adalah proses pengiriman atau penyampaian berita atau informasi dari satu pihak ke pihak lain dalam usaha untuk mendapatkan saling pengertian ((Ngalimun, 2021).

b. Krisis

K. Fearn-Banks krisis adalah Suatu kejadian penting dengan hasil akhir cenderung negatif yang berdampak baik terhadap suatu organisasi, perusahaan atau industri, maupun terhadap publik, produk, servis dan reputasinya (Imran, 2017).

Contoh situasi krisis



Gambar 1. Situasi krisis kejadian banjir yang terjadi sehingga merendam sampai atap rumah (Sidoarjo, 2025)

c. Komunikasi krisis

Komunikasi krisis adalah proses penyampaian informasi yang strategis dan terarah untuk mengatasi situasi darurat atau krisis yang berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap individu, organisasi, atau masyarakat. Tujuan utama komunikasi krisis adalah mengelola persepsi publik, mengurangi ketidakpastian,

mencegah kepanikan, serta mempertahankan atau memulihkan kepercayaan terhadap pihak yang bertanggung jawab (Imran, 2017).

Dalam konteks kesehatan, komunikasi krisis sangat penting untuk memberikan informasi yang akurat dan cepat kepada masyarakat ketika terjadi ancaman kesehatan, seperti wabah penyakit, bencana alam, atau kesalahan medis. Strategi komunikasi krisis yang efektif harus didasarkan pada transparansi, kredibilitas sumber informasi, serta penggunaan media yang sesuai agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

d. Promosi Kesehatan Digital

Promosi kesehatan digital adalah upaya penyebarluasan informasi dan edukasi kesehatan kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, aplikasi kesehatan, website, email, dan platform komunikasi lainnya. Tujuan utama promosi kesehatan digital adalah meningkatkan kesadaran, mengubah perilaku, dan mendorong masyarakat untuk menerapkan gaya hidup sehat melalui akses informasi yang lebih mudah, cepat, dan interaktif. Dalam era digital, promosi kesehatan tidak hanya dilakukan melalui kampanye tradisional, tetapi juga menggunakan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan telemedicine untuk memberikan informasi yang lebih personal dan efektif. Dengan pendekatan digital, informasi kesehatan dapat menjangkau lebih banyak orang, mengurangi kesenjangan akses kesehatan, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam upaya pencegahan dan pengelolaan penyakit.

Dari hasil studi literatur ditemukan bahwa upaya promosi kesehatan yang dilakukan melalui media digital di Puskesmas pakel. belum optimal.

Banyak faktor yang mempengaruhi diantaranya tim promosi kesehatan membutuhkan pelatihan web-design dan konten kreator. Penilaian yang telah dilakukan menggunakan diagram layang SWOT untuk memprioritaskan strategi untuk mengoptimalkan layanan promosi kesehatan melalui media digital yaitu dengan dengan meningkatkan kemampuan petugas promosi kesehatan tentang web-design dan konten creator (Dony Wahyu Baktisiswoyo, 2022). Dalam hal ini masih perlu peningkatan keterampilan pemberi pelayanan dalam menggunakan media digital.

e. Komunikasi Krisis dalam promosi kesehatan Digital

Dalam era digital, penyebaran informasi kesehatan menjadi lebih cepat dan luas melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi kesehatan. Namun, di sisi lain, kemudahan akses informasi ini juga meningkatkan risiko penyebaran hoaks, misinformasi, dan ketidakpastian di tengah masyarakat, terutama dalam situasi krisis kesehatan seperti pandemi, wabah penyakit, atau insiden medis yang berdampak luas. Oleh karena itu, komunikasi krisis dalam promosi kesehatan digital menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang benar dan berbasis bukti dapat tersebar dengan efektif serta membantu masyarakat mengambil keputusan yang tepat.

Melalui Komunikasi kita mendapatkan sebuah wawasan atau informasi yang masuk akal. Baik melalui internet, cara menyampaikan pesan yang ada dan memberikan sebuah bagian dalam menyampaikan pesan yang ada. Hal yang sangat berperan penting dalam menyampaikan pesan kepada orang banyak. Jika dipahami dari hal

mendasar, komunikasi digital disebut juga komunikasi online, artinya komunikasi berbasis komputer dan internet buat mengirimkan serta mendapatkan pesan atau bertukar fakta lewat platform. Konsep komunikasi digital selalu berkembang tergantung pada inovasi penemuan teknologi internet seperti whatsapp, Facebook, line hingga video call (Pipit Eko Priyono, 2022).

2. Prinsip Komunikasi Krisis dalam Promosi Kesehatan Digital

Untuk menangani situasi krisis secara efektif dalam promosi kesehatan digital, beberapa prinsip utama harus diterapkan, yaitu:

a. Transparansi dan Kecepatan

Informasi harus disampaikan dengan cepat dan transparan agar tidak menimbulkan spekulasi atau kepanikan di masyarakat. Contoh seperti kejadian adanya wabah penyakit yang berkembang di masyarakat Covid-19. Penyebarluasan dilakukan dengan media elektronik televisi, yang dapat diakses oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Dengan dilakukannya penyebarluasan dengan cepat diharapkan masyarakat luas dapat mengantisipasi penyebarluasan penyakit, karena penyakit yang berkembang adalah penyakit yang menular, jika tidak diantisipasi dengan cepat maka akan terjadi penyebarluasan atau penyebaran penyakit dengan cepat.

b. Keakuratan dan Kredibilitas

Sumber informasi harus berasal dari otoritas kesehatan yang terpercaya, seperti Kementerian Kesehatan, WHO, atau tenaga medis profesional. Dengan banyaknya media digital yang dapat diakses oleh masyarakat pada saat ini masyarakat diharapkan dapat membaca atau mendengar berita-berita dari

sumber yang jelas dan bertanggung jawab. Penerima informasi harus dapat membedakan sumber informasi itu akurat atau tidak, karena dengan banyaknya media digital banyak juga oknum yang membuat berita bohong atau hoaks.

c. Keterlibatan dan Interaksi

Memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, menjawab pertanyaan, serta menangkal hoaks atau misinformasi. Keterlibatan pembuat sumber informasi adalah pihak yang berwenang dan bertanggung jawab, sehingga jika ada pertanyaan dapat langsung di jawab oleh yang bertanggung jawab.

d. Konsistensi Pesan

Informasi yang disampaikan harus konsisten di berbagai platform untuk menghindari kebingungan di kalangan masyarakat. Jika informasi kesehatan krisis yang di sampaikan dengan berbagai macam media seperti TV, media sosial maka diharapkan informasi yang di berikan oleh sumber informasi dengan berita yang sama, sehingga tidak menimbulkan informasi yang berbeda-beda di masyarakat

e. Empati dan Kepedulian

Komunikasi harus dilakukan dengan pendekatan yang empatik agar masyarakat merasa didengar dan diperhatikan dalam situasi krisis.

3. **Strategi Komunikasi Krisis dalam Promosi Kesehatan Digital**

a. Strategi krisis

Ketika kita mengevaluasi sebuah krisis dan memikirkan bagaimana bagaimana anda akan mendekatinya secara strategis, anda harus bertanya pada diri sendiri pertanyaan-pertanyaan berikut:

- 1) Krisis apa yang sebetulnya terjadi? Apakah kita semua menafsirkan situasinya dengan cara yang sama?

- 2) Apakah krisis ini seperti apa adanya? Atau adakah sesuatu yang lain di balik krisis. Apakah kejadian tersebut membawa dampak pada situasi kelompok atau sektor yang di pertanyakan?
- 3) Haruskah kita mengharapkan lebih banyak masalah?
- 4) Apa yang akan terjadi dalam kasus terburuk?
- 5) Bagaimana kelompok masyarakat dan pemangku kepentingan masalah ini?
- 6) Kapan media (radio, TV, sistus internet, blogger, surat kabar harian, majalah, pers perdagangan) mulai melaporkan kejadian tersebut?
- 7) Apa yang beresiko?
- 8) Bisakah kita mengendalikan krisis? (Imran, 2017)

C. Strategi Komunikasi Krisis pada promosi kesehatan Digital

Di era digital, promosi kesehatan semakin bergantung pada teknologi untuk menyampaikan informasi secara luas dan cepat. Namun, ketika terjadi krisis kesehatan, seperti pandemi, wabah penyakit, atau kesalahan medis yang berdampak luas, komunikasi menjadi tantangan besar. Misinformasi dapat menyebar dengan cepat, sehingga strategi komunikasi krisis dalam promosi kesehatan digital harus dirancang secara efektif untuk memastikan bahwa masyarakat menerima informasi yang akurat dan terpercaya.

Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam komunikasi krisis pada promosi kesehatan digital:

1. Pemantauan dan analisis situasi secara real-time
 - a. Gunakan alat pemantauan media sosial dan berita untuk mendeteksi penyebaran misinformasi.
 - b. Identifikasi tren dan persepsi publik terhadap krisis yang sedang terjadi.

2. Penyebaran informasi yang akurat dan cepat
 - a. Gunakan berbagai platform digital, seperti media sosial, website, dan aplikasi kesehatan untuk menyebarkan informasi resmi.
 - b. Pastikan informasi disampaikan dalam format yang mudah dipahami, seperti infografis, video pendek, dan artikel edukatif.
3. Kolaborasi dengan pihak berwenang dan influencer
 - a. Melibatkan tokoh masyarakat, tenaga medis, dan influencer untuk membantu menyebarkan informasi yang benar.
 - b. Bekerja sama dengan media digital untuk memastikan berita yang diterbitkan bersumber dari informasi yang valid.
4. Manajemen hoaks dan disinformasi
 - a. Segera klarifikasi informasi yang salah dengan pernyataan resmi yang jelas dan berbasis fakta.
 - b. Buat portal khusus yang menampung klarifikasi informasi seputar krisis kesehatan.
5. Membangun kepercayaan dengan komunikasi yang empatik
 - a. Gunakan bahasa yang santun dan penuh empati agar masyarakat merasa diperhatikan.
 - b. Berikan panduan yang jelas mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan oleh masyarakat untuk menjaga kesehatan mereka.
6. Penggunaan teknologi digital untuk respons yang lebih baik
 - a. Manfaatkan chatbot atau AI untuk menjawab pertanyaan masyarakat secara cepat dan otomatis.
 - b. Gunakan fitur push notification atau SMS blast untuk menyebarkan informasi darurat dengan segera.

7. Evaluasi analisis efektivitas komunikasi krisis dengan melihat respon masyarakat.
Lakukan analisis efektivitas komunikasi krisis dengan melihat respons masyarakat.

Sesuaikan strategi komunikasi berdasarkan perkembangan krisis dan umpan balik dari masyarakat. Komunikasi krisis dalam promosi kesehatan digital adalah aspek yang sangat penting untuk memastikan bahwa masyarakat menerima informasi yang benar dan tidak termakan hoaks. Dengan menerapkan strategi yang berbasis transparansi, kecepatan, empati, dan pemanfaatan teknologi digital, organisasi kesehatan dapat membangun kepercayaan masyarakat serta membantu mereka menghadapi krisis dengan lebih baik.

.

DAFTAR PUSTAKA

- Dony Wahyu Baktisiswoyo. (2022). Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Kesehatan Melalui Media Digital Di Puskesmas Pakel Tulungagung. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi*. file:///C:/Users/user/Downloads/5320-File Utama Naskah-7539-1-10-20221114.pdf
- Imran, A. I. (2017). *Komunikasi Krisis* (1st ed.). Penerbit Deepublish CV. Bidi Utama Sleman.
- Ngalimun. (2021). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis* (Juairiah (ed.)). PT. Pustaka Baru Press.
- Pipit Eko Priyono. (2022). *Komunikasi dan Komunikasi Digital*. Guepedia The First On Publisher In Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=tPZcEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=komunikasi+digital+menurut+para+ahli&ots=Urq4mTjxtz&sig=El3Cy9gMcwNDNQ_4KUqs-POk5YI&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi+digital+menurut+para+ahli&f=false
- Sidoarjo, B. (2025). *Panduan Banjir*. BPBD Sodoarjo. <https://sigap.sidoarjokab.go.id/website/detilInfo/1/5>

BIODATA PENULIS



Bd. Juita Sari, SST, SKM, M.Kes lahir di Sibolga, pada 09 Juli 1970. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Baiturrahmah Padang, Sarjana Terapan Kebidanan dan Profesi Kebidanan dan S2 di Universitas Sumatera Utara (USU). Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Haji Sumatera Utara.



PT MEDIA PUSTAKA INDO
Jl. Merdeka RT4/RW2
Binangun, Kab. Cilacap, Provinsi Jawa Tengah
No hp. 0838 6333 3823
Website: www.mediapustakaindo.com
E-mail: mediapustakaindo@gmail.com

