

## Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan di Era Digital: Literatur Review

Widya Anggraini Siregar<sup>1</sup>, Fahita Warda Situmorang<sup>2</sup>, Rosmala Dewi Harahap<sup>3</sup>, Siti Nurhaliza Fardani<sup>4</sup>, Miftahurrahmah El Hayati<sup>5</sup>

\*<sup>1</sup>Ilmu Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: [wanggrainisiregar@gmail.com](mailto:wanggrainisiregar@gmail.com) <sup>1</sup>, [fahitawardasitumorang14@gmail.com](mailto:fahitawardasitumorang14@gmail.com),

<sup>3</sup>[rousmaladewie@gmail.com](mailto:rousmaladewie@gmail.com) , <sup>4</sup>[lizasiti0777@gmail.com](mailto:lizasiti0777@gmail.com) , <sup>5</sup>[miftahurrahmahelh@gmail.com](mailto:miftahurrahmahelh@gmail.com)

\*Corresponding author: [wanggrainisiregar@gmail.com](mailto:wanggrainisiregar@gmail.com)

### ABSTRAK

#### Informasi Artikel:

Terima: 10-06-2025

Revisi: 18-06-2023

Disetujui: 23-06-2023

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan dalam upaya promosi kesehatan. Salah satu bentuk pemanfaatannya yaitu melalui media sosial yang dinilai efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan secara luas dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas media sosial sebagai media promosi kesehatan di era digital. Penelitian ini menggunakan metode literature review dengan menelaah 15 artikel yang relevan dalam kurun waktu 2015-2025 yang diperoleh melalui database Google Scholar. Hasil kajian menunjukkan bahwa berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, WhatsApp, hingga blog dimanfaatkan dalam berbagai bentuk promosi kesehatan. Media sosial efektif meningkatkan pengetahuan, kesadaran kesehatan, loyalitas pasien, hingga angka kunjungan ke fasilitas kesehatan. Selain itu, media sosial juga efektif menjangkau remaja dalam edukasi kesehatan reproduksi. Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya, perubahan algoritma, isu etika dan privasi, serta risiko penyebaran informasi yang tidak valid. Dengan pengelolaan yang tepat, media sosial berpotensi menjadi media promosi kesehatan yang efektif, luas jangkauannya, serta mampu mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju hidup sehat

**Kata Kunci:** Media Sosial, Promosi Kesehatan, Digital, Ediaksi, Kesehatan

### ABSTRACT

*The development of digital technology has brought significant changes in health promotion efforts. One form of its utilization is through social media which is considered effective in conveying health information widely and quickly. This study aims to assess the effectiveness of social media as a health promotion medium in the digital era. This study uses a literature review method by examining 15 relevant articles in the period 2015-2025 obtained through the Google Scholar database. The results of the study show that various social media platforms such as Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, WhatsApp, and blogs are used in various forms of health promotion. Social media is effective in increasing knowledge, health awareness, patient loyalty, and the number of visits to health facilities. In addition, social media is also effective in reaching adolescents in reproductive health education. However, the challenges faced include limited resources, changes in algorithms, ethical and privacy issues, and the risk of spreading invalid information. With proper management, social media has the potential to become an effective health promotion medium, with a*

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

*wide reach, and is able to encourage changes in people's behavior towards a healthy life.*

**Keywords:** Social Media, Health Promotion, Digital, Editorial, Health.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital saat ini menjadi bagian kehidupan manusia. Kita dituntut untuk melek teknologi yang terjadi salah satunya yaitu perkembangan platform berbagai media sosial (Husna, 2021), kita bisa dengan mudah terhubung dengan antara satu dan lainnya tanpa batas jarak dan waktu. Perang cyber harus dihindari (Aulia & Dewi, 2022). Interaksi sosial di media yaitu dengan mengakses berbagai macam platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Tiktok. Platform media sosial tersebut digunakan dengan berbagai tujuan seperti komunikasi, berbagai informasi, mengupload kegiatan keseharian bahkan mencurahkan perasaan dengan menupdate status kemudian diposting pada platform media sosial. penggunaan teknologi pendidikan yang terus berkembang untuk menemukan dan membuat media pembelajaran (Imran, 2017).

Definisi tentang media sosial juga menekankan bahwa adanya konten yang dibuat oleh pengguna dapat berkontribusi pada konten dan mengonsumsi konten yang sebagian besar dihasilkan oleh pengguna lain. Beberapa definisi dari media sosial juga menekankan bahwa adanya konten yang dibuat oleh pengguna merupakan fitur penting yang membedakan media sosial dari media tradisional. Berkaitan dengan tujuan kesehatan mencakup promosi kesehatan, layanan medis, dan administrasi, penelitian kesehatan, pendidikan dan pelatihan medis, dan gerakan sosial yang berhubungan dengan kesehatan (Vasthu & Achadi, 2022).

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk dalam ranah kesehatan. Salah satu manifestasinya terletak pada sektor kesehatan, dimana optimalisasi pemanfaatan media komunikasi, edukasi dan penyampaian informasi. Dalam peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan merupakan suatu proses pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan informasional, pengaruh dan dukungan, dengan tujuan agar masyarakat agar berperan aktif dalam mendorong perubahan perilaku yang mengarah pada peningkatan kesehatan hingga mencapai derajat kesehatan yang optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat efektivitas media sosial sebagai media promosi kesehatan. Fokus utama penelitian ini untuk mendorong peningkatan kesehatan secara keseluruhan di kalangan masyarakat. Dengan menggali lebih dalam mengenai kontribusi media sosial, penelitian ini juga berupaya menyusun pemahaman yang komprehensif terhadap berbagai platform-platform tersebut dapat digunakan sebagai alat yang efektif membentuk pola pikir di tengah-tengah masyarakat.

Pendahuluan berisi latar belakang penelitian dilakukan, landasan teori, kebaruan penelitian, hasil temuan dan tujuan. Penulisan studi pendahuluan, kajian literatur/tinjauan

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

pustaka dan lainnya harus tertulis secara berurutan sesuai alur proses yang dilakukan bertakan sitasi, jumlah paragraph 5-7 paragraf (3-5 kalimat tiap paragraph), paragraf pertama berisi masalah umum, paragraf kedua masalah yang akan diselesaikan, 3-5 paragraf berikutnya (solusi, penelitian/studi kasus terdahulu).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *literature review* untuk mengkaji efektivitas media sosial sebagai media promosi kesehatan di era digital. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai artikel ilmiah yang relevan dari beberapa database elektronik, seperti *Google Scholar*. Pemilihan data dilakukan secara inklusi yaitu dengan memilih artikel yang membahas penggunaan media sosial dalam promosi kesehatan, dipublikasikan dalam rentang waktu 10 tahun terakhir yaitu 2015-2025, artikel yang dipublikasikan dalam bahasa Indonesia, dan artikel yang merupakan hasil penelitian empiris, baik kualitatif, kuantitatif, maupun *mixed-method*. Berdasarkan pencarian artikel terkait, ditemukan sejumlah artikel yang kemudian diseleksi berdasarkan kesesuaian dengan topik dan kriteria yang telah ditetapkan. Setelah proses seleksi dan telaah isi, diperoleh sebanyak 15 artikel yang memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan cara mengkaji temuan-temuan utama dari masing-masing artikel dan menelaahnya untuk mendapatkan inti pembahasan artikel tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Artikel Yang Relevan Sesuai Pembahasan

No	Judul	Penulis, Tahun	Negara	Desain Studi	Jenis Platform, Media Sosial	Hasil
1.	Efektivitas Official Account Instagram Rumah Sakit di Kabupaten Serang Dalam Promosi Kesehatan Covid 19 The Effectiveness of Hospital Instagram	LN Hanifah 2022	Indonesia	Literatur Review	Microblogging: Instagram	Semua Rumah Sakit di Kabupaten Serang Bertipe C. Rumah Sakit di Kabupaten Serang sudah mulai menggunakan media sebagai media promosi rumah sakit (Hanifa, 2022)
2.	Efektifitas pemasaran melalui mediaSosial dalam Meningkatkan kunjungan pasien	R Fattah, M Nadjib, 2023	Indonesia	Literature Review	Sosial Network : Facebook, Microblogging: Instagram	Dalam 7 artikel yang di pilih didapatkan platfrom yang sering digunakan adalah Facebook dan diikuti dengan Instagram dan Twitter. Pengguna

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

	di Rumah Sakit : Literatur Review				dan Twitter	media sosial dapat mempengaruhi minat kunjungan pasien di rumah sakit (Fattah & Najib, 2023)
3.	Optimalisasi Strategi Digital Marketing bagi Rumah Sakit	L Burhan, W Sulistiadi , 2022	Indonesia	Literatur Riview	Social Network: Facebook, Micro Blogging : Twitter dan Instagram Media Shering Youtube	Pengguna media sosial seperti Facrbook, Twitter, Instagram dan You Tube menawarkan banyak peluang bagi rumah sakit untuk berhubungan dengan pasien, dan mampu menciptakan brand imege secara global (Burhan & Sulistiadi, 2022).
4.	Sosial Media Marketing Relations, Brand Awareness to Brand Loyalty Through Thr Brand Image	Tantri Yanuar, Moham mad Reza Hilmy, 2020	Indonesia	Kuantitatif	Sosial Network : Facebook	Menunjukkan pemasaran media 5083ocial dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek yang di medisiasi oleh citra merek (Heskiano dkk, 2020).
5.	The Impact Of Social Media Accounts on Periocular Cosmetic Surgeries	Alshaala n Hayfaa, Lama Tamimi, Reema Alshayie, 2021	Arab Saudi	Kualitatif dengan kombinasi metode observasi, data sekunder, dan kajian literatur (literature review)	Social Network : Facebook Micro Blogging Instagram dan Twitter Media Sharing Snapchat dan Youtube	Sebagian besar pasien memilih berobat di klinik karena melihat konten media sosial yang dibuat oleh Rumah Sakit. Instagram merupakan media sosial yang diminati oleh pelanggan (Alshaala dkk, 2021).
6.	Efektivitas Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital di Klinik Ash-Shiddiq Ciwalen	Yuli Qodariyah, Farida Yuliaty 2025	Indonesia	Kualitatif	Instagram, Tiktok, dan Facebook	Penggunaan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok secara konsisten dan informatif berhasil meningkatkan brand awareness hingga

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

							30%, engagement rate hingga 40%, dan jumlah kunjungan pasien hingga 30%. Meski demikian, klinik masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, perubahan algoritma, serta isu etika dan privasi pasien yang perlu diatasi agar strategi digital berjalan optimal (Yulia dkk, 2025).
7.	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan Reproduksi Pada Remaja	Dewi Agustina , Jesi Wanda Harahap, Ananda Nurmairani Laoli, Ira Sri Mawarni Hasibuan, Nurul Rahmawati, Seri Rahmadiani Hasibuan 2023	Indonesia	Kualitatif	Facebook, Instagram, Website dan Blog, Facebook Messenger , Media Audiovius al seperti youtube dan sejenisnya	Media sosial seperti Facebook dan Instagram terbukti efektif sebagai sarana promosi kesehatan reproduksi remaja karena mampu meningkatkan pengetahuan dan membentuk sikap positif. Penggunaan konten edukatif yang menarik dan mudah diakses menjadikan media sosial alat potensial untuk menjangkau remaja secara luas. Meski demikian, keberhasilan promosi sangat bergantung pada kualitas informasi dan strategi penyampaian yang tepat, serta perlu didukung oleh pendekatan lain agar mampu mengubah perilaku secara signifikan (Agustina dkk, 2023)	
8.	Pengaruh Media Sosial Terhadap	Siti Silatur	Indonesia	Kuantitatif dan	Instagram, tiktok	Menunjukkan bahwa media sosial,	

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

	Efektivitas Kampanye Sosialisasi Kesehatan di Era Digital	Rahmi, Fenny Rahayu Muchlis 2025		Kualitatif secara kombinatif		khususnya Instagram dan TikTok, sangat efektif dalam meningkatkan efektivitas kampanye sosialisasi kesehatan, terutama pada generasi muda. Faktor interaktivitas dan visualisasi konten seperti video dan infografis memainkan peran penting dalam menarik perhatian, meningkatkan pemahaman, dan mendorong partisipasi publik. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks dan keterbatasan akses internet perlu diatasi dengan pendekatan berbasis bukti dan edukasi literasi digital (Rahmi & Muchlis, 2025).
9.	Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan	Shofura Nida Khansa, Muham mad Ali Sodik 2022	Indonesia	Literatur Review	Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Blog	Media sosial terbukti memiliki potensi besar dalam mendukung promosi dan intervensi kesehatan, khususnya dalam menjangkau kaum milenial yang aktif mengakses platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Dengan konten edukatif seperti video, poster, dan gambar, media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap perilaku hidup sehat. Namun, keberhasilan promosi juga

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

						bergantung pada kualitas konten dan strategi penyampaianya (Khansa, 2022)
10.	Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Terhadap Kesadaran Kesehatan Reproduksi Remaja	Salsabila Rahmadi ni, Ernawaty 2024	Indonesia	Systematic Literature Review	Instagram , Youtube, Facebook, Blog	Media sosial efektif sebagai alat pemasaran sosial dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan perilaku positif remaja terkait kesehatan reproduksi. Platform seperti Instagram dan YouTube mampu menjangkau remaja secara luas dengan konten visual dan interaktif. Promosi kesehatan melalui media sosial terbukti meningkatkan pemahaman remaja tentang pentingnya menjaga kesehatan reproduksi, namun perlu diperhatikan kualitas informasi dan peran aktif pihak profesional dalam penyampaian konten (Rahmadini & Ernawaty, 2024).
11.	Efektivitas Promosi Kesehatan Menggunakan Teknologi Informasi Media Sosial	Nur Arifatus Sholihah, Nengsih Nur Olivia, Abdul Hafidzirrahman , Faridah , Wahida Sukmasari , Wahyudi Joko Suwono ,	Indonesia	Tinjauan Pustaka	Tiktok,Facebook,Instagram,Twitter, Whatsapp	Peran media sosial dalam promosi kesehatan sangat penting karena kemampuannya untuk berkolaborasi dan melengkapi metode promosi kesehatan yang tradisional. Sebelumnya, promosi kesehatan sering kali terbatas pada kampanye iklan, brosur, atau seminar, namun media sosial

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

		Yuli Ikayanti, Yenni Anggreni 2025				menawarkan ruang baru yang lebih interaktif dan terhubung secara real-time dengan audiens. Dengan mengintegrasikan pendekatan konvensional dan media sosial, promosi kesehatan dapat menjadi lebih efektif dan terukur, karena mampu menjangkau audiens yang lebih spesifik dan berinteraksi langsung dengan mereka. Oleh karena itu, penggunaan media sosial dalam promosi kesehatan tidak hanya memperluas jangkauan informasi kesehatan, tetapi juga menciptakan peluang untuk perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan dan positif (Sholihah dkk, 2025).
12.	Efektivitas Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial dalam Mendorong Perilaku Hidup Sehat Pada Remaja	Rabindra Aldyan Bintang Mustofa, Mutiara Sani 2024	Indonesia	Observasional prospektif	Facebook, Instagram, dan Twitter	promosi kesehatan melalui media sosial memiliki potensi besar dalam mendorong perilaku hidup sehat pada remaja. Namun, efektivitasnya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti literasi kesehatan, pemberdayaan psikologis, dan dukungan kebijakan yang tepat. Oleh karena itu, strategi promosi kesehatan yang efektif harus memperhatikan berbagai faktor

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

						tersebut untuk mencapai hasil yang optimal dalam upaya mendorong perilaku hidup sehat pada remaja (Mustofa & Sani, 2024).
13.	Efektivitas Intervensi Media Sosial Dalam Promosi Kesehatan Remaja : Literature Review	Desi Fitriah Hasibuan , Reni Agustina Harahap , Aindah Safitri Dinata* , Salwa Luthfiyyah Novi 2024	Indonesia	Literature Review	Facebook, Instagram, Twitter, dan Whatsapp	promosi kesehatan di media sosial memiliki potensi besar untuk mendorong remaja untuk menjalani gaya hidup sehat. Namun, kinerjanya dipengaruhi oleh variabel seperti literasi kesehatan, pemberdayaan psikologis, dan dukungan kebijakan yang tepat. Oleh karena itu, pendekatan promosi kesehatan yang efektif harus mempertimbangkan semua faktor ini untuk mencapai hasil yang optimal dalam mendorong remaja untuk menerapkan gaya hidup sehat (Dinata dkk, 2024).
14.	Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi Kesehatan Rumah Sakit di Indonesia: Literature Review	Dery Arya Pandhika , Titi Stiawati, Ipah Erna Jumiati 2023	Indonesia	Literature Review	Website, Instagram, e-mail, dan Facebook.	Media sosial merupakan alat yang efektif dalam upaya promosi kesehatan yang dilakukan rumah sakit. Mengetahui jumlah pengguna aktif platform media sosial tertentu menjadi penting bagi rumah sakit agar penyebaran informasi dan konten promosi kesehatan lebih luas diakses masyarakat. Selain itu, beragam strategi promosi kesehatan

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

						yang menarik dan unik dapat meningkatkan tingkat keterlibatan masyarakat terhadap informasi dan konten promosi kesehatan rumah sakit (Pandhika dkk, 2023).
15.	Efektivitas Media Sosial Dalam Pemasaran Digital Rumah Sakit : Literature Review	Yohana Septiani Merrynd a, Helen Andriani 2023	Indonesia	Literature Review	Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp ,Youtube dan Snapchat.	penggunaan media sosial sebagai pemasaran rumah sakit terbilang efektif karena dapat meningkatkan angka kunjungan pasien berobat dan menjadikan kepuasaan pasien di rumah sakit. Layanan Kesehatan dapat menerapkan pemasaran digital melalui media sosial karena berdampak baik, karena dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dalam mendapat perawatan Kesehatan selain itu dapat juga meningkatkan kepercayaan pasien berobat, memperkuat loyalitas pasien, meningkatkan brand awareness, mendorong pasien menggunakan fasilitas pelayanan di rumah sakit dan juga mempromosikan rumah sakit kepada pasien dan keluarganya. Oleh karena itu penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran di rumah

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

						sakit berperan sebagai Integrated Marketing Communication (IMC), media sosial diharapkan dapat menjalankan fungsi sebagai promotion mix (gabungan dari berbagai jenis promosi) secara terintegrasi bahkan hingga proses transaksi berlangsung. Sehingga diharapkan media sosial dapat membuat setiap pasien berkontribusi secara aktif untuk memberikan pengalaman pribadi, pengetahuan dan pemberian umpan balik mengenai operasional atau fasilitas pelayanan rumah sakit (Merrynda & Andriani, 2023).
--	--	--	--	--	--	--

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara masyarakat mengakses informasi kesehatan. Salah satu dampak paling signifikan dari transformasi digital ini adalah munculnya media sosial sebagai sarana utama dalam promosi kesehatan yang efektif, cepat, dan menjangkau audiens yang luas. Media sosial telah menjadi alat komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun interaksi dua arah antara penyedia layanan kesehatan dan masyarakat.

Berdasarkan hasil telaah terhadap 15 artikel yang direview dalam studi ini, media sosial menunjukkan efektivitas yang tinggi dalam mempromosikan informasi kesehatan. Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, dan TikTok mendominasi penggunaan media promosi karena kemampuan mereka dalam menjangkau masyarakat secara luas, visualisasi yang menarik, dan kemudahan dalam berbagi informasi secara real-time (Burhan & Sulistiadi, 2022; Khansa, 2022; Merrynda & Andriani, 2023).

Instagram misalnya, mampu meningkatkan keterlibatan audiens melalui fitur story, reels, dan feed visual yang interaktif. Studi oleh Yuli Qodariyah et al. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan platform ini dapat meningkatkan brand awareness hingga 30% dan engagement

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

---

rate hingga 40%. Efektivitas Instagram sebagai alat promosi juga diperkuat oleh studi Hanifah (2022), yang menemukan bahwa official account Instagram milik rumah sakit di Kabupaten Serang berhasil meningkatkan visibilitas dan interaksi masyarakat terhadap layanan kesehatan yang disediakan, Facebook, sebagai platform sosial jaringan yang lebih luas, memiliki peran penting dalam membangun kesadaran kolektif dan penyebaran informasi yang berulang. Studi oleh Fattah dan Nadjib (2023) serta Alshaalan et al. (2021) menyimpulkan bahwa keberadaan Facebook mampu mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih layanan kesehatan melalui konten informatif dan edukatif yang diposting secara berkala.

Media sosial juga terbukti menjadi saluran yang sangat efektif dalam menjangkau kelompok remaja, terutama dalam konteks promosi kesehatan reproduksi. Dewi Agustina et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan konten edukatif yang interaktif di media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook Messenger secara signifikan meningkatkan pengetahuan remaja terhadap kesehatan reproduksi dan membentuk sikap positif dalam menjaga kesehatan diri. Ini didukung oleh hasil penelitian Salsabila Rahmadini dan Ernawaty (2024), yang menyatakan bahwa intervensi berbasis media sosial tidak hanya meningkatkan kesadaran, tetapi juga mempengaruhi perilaku remaja dalam menerapkan gaya hidup sehat. Namun, di balik potensi besar tersebut, terdapat sejumlah tantangan yang menghambat efektivitas media sosial sebagai media promosi kesehatan. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih dalam komunikasi digital, serta minimnya anggaran khusus untuk pengelolaan konten media sosial kesehatan (Sholihah et al., 2025). Selain itu, algoritma platform media sosial yang berubah-ubah juga menjadi hambatan dalam memastikan jangkauan konten tetap konsisten. Tantangan lainnya adalah masalah etika, keamanan data pasien, dan risiko penyebaran hoaks atau informasi tidak valid yang dapat merugikan masyarakat (Rahmi & Muchlis, 2025).

Oleh karena itu, keberhasilan promosi kesehatan melalui media sosial sangat bergantung pada beberapa faktor utama: kualitas dan akurasi informasi, kredibilitas narasumber, strategi komunikasi visual yang sesuai dengan karakteristik target audiens, serta keterlibatan tenaga kesehatan profesional dalam menyusun dan memverifikasi konten (Mustofa & Sani, 2024; Dinata et al., 2024). Selain itu, dibutuhkan dukungan kebijakan dari pemerintah atau institusi kesehatan agar penggunaan media sosial sebagai media promosi kesehatan berjalan secara sistematis, terarah, dan berkesinambungan. Integrasi antara metode promosi konvensional dan digital juga penting. Promosi kesehatan tidak cukup hanya dengan konten menarik di media sosial, tetapi perlu dilengkapi dengan pendekatan offline seperti seminar kesehatan, penyuluhan lapangan, dan kolaborasi antar lembaga yang dapat memperkuat pesan digital yang disampaikan (Pandhika et al., 2023).

Dengan demikian, media sosial bukan hanya sekadar alat komunikasi tambahan, tetapi telah menjadi bagian integral dari strategi promosi kesehatan modern. Keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya dalam menjangkau masyarakat dari berbagai segmen usia dan latar belakang sosial ekonomi, meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam isu kesehatan,

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

---

serta mendorong perubahan perilaku yang lebih sehat melalui pendekatan yang edukatif, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

## KESIMPULAN

Media sosial memiliki efektivitas yang tinggi sebagai media promosi kesehatan di era digital. Berbagai platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, dan WhatsApp mampu dimanfaatkan untuk menjangkau masyarakat secara luas, meningkatkan pengetahuan kesehatan, serta membentuk perilaku hidup sehat. Pemanfaatan media sosial juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan *brand awareness*, loyalitas pasien, hingga peningkatan jumlah kunjungan ke fasilitas pelayanan kesehatan. Selain itu, media sosial efektif dalam menyasar kelompok usia remaja dalam edukasi kesehatan reproduksi maupun perilaku hidup sehat. Namun, efektivitas ini tetap menghadapi tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, dinamika algoritma media sosial, potensi penyebaran informasi yang tidak akurat, serta isu etika dan privasi pengguna. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan strategi komunikasi yang adaptif, penguatan literasi digital, dan kebijakan pendukung yang mampu mengarahkan penggunaan media sosial secara positif dan bertanggung jawab dalam konteks promosi kesehatan. Untuk itu diperlukannya keterlibatan paktisi kesehatan dan institusi layanan kesehatan untuk terus meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan konten digital dan menyusun strategi komunikasi yang menarik dan berbasis bukti guna meningkatkan efektivitas kampanye promosi kesehatan. Pemerintah dan pembuat kebijakan juga diharapkan dapat menyusun regulasi yang jelas mengenai etika penggunaan media sosial dalam konteks kesehatan, serta mendorong kolaborasi lintas sektor untuk menghadirkan informasi yang akurat dan terpercaya. Serta bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam perbandingan efektivitas antar *platform* media sosial, serta pengaruh konten promosi kesehatan terhadap perubahan perilaku kesehatan jangka panjang di berbagai segmen masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., Harahap, J. W., Laoli, A. N., Hasibuan, I. S. M., Rahmawati, N., & Hasibuan, S. R. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Kesehatan Reproduksi pada Remaja. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(12), 1784-1793.
- Ainiyah, N.(2018). Remaja Millenial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pedndidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(2),221-236.
- Alshaalan, H. S., AlTamimi, L. A., Alshayie, R. A., & Alsuhaimani, A. H. (2022). *The impact of social media accounts on periocular cosmetic surgeries*. *Saudi J Ophthalmol Off J Saudi Ophthalmol Soc [Internet]* 2021 [cited 2022 Nov 23]; 35 (3): 251–6.
- Aulia, T., & Dewi, D. A. (2022). Aktualisasi Nilai Pancasila Di Era Globalisasi: Tinjauan Aktualisasi Pancasila Dalam Penggunaan Teknologi Di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 13(2), 363-370.
- Burhan, L., & Sulistiadi, W. (2022). *Optimalisasi Strategi Digital Marketing Bagi Rumah Sakit. Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1 (1), 17–23.

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

---

- Dinata, a. S., harahap, r. A., & novi, s. L. (2024). Efektivitas intervensi media sosial dalam promosi kesehatan remaja: literature review. *Jurnal kesehatan tambusai*, 5(3).
- Fattah, R., & Nadjib, M. (2023). Efektivitas pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan kunjungan pasien di rumah sakit: Literature review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(4), 545-552.
- Hanifah, L. N. (2022). Efektivitas Official Account Instagram Rumah Sakit di Kabupaten Serang Dalam Promosi Kesehatan COVID-19 The Effectiveness of Hospital Instagram Accounts in Serang Regency in COVID-19 Health Promotion.
- Heskiano, H., Syah, T. Y. R., & Hilmy, M. R. (2020). Social media marketing relations, brand awareness to brand loyalty through the brand image. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(4), 208-214.
- Husna, Z. Z. (2021). Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram: Literature Review. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 197-208.
- Imran, I. (2017). Analisis Penerapan Teknologi Media Pembelajaran Oleh Guru Di Sman 1 Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya Analysis of Learning Media Technology Application By Teacher in Sman 1 Kubu District River Raya. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 8(2).
- Khansa, S. (2022). Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan.
- Merrynda, Y. S., & Andriani, H. (2023). Efektivitas Media Sosial dalam Pemasaran Digital Rumah Sakit: Literature Review. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(9), 5078-5088.
- Mustofa, R. A. B., & Sani, M. (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.
- Pandhika, D. A., Stiawati, T., & Jumiati, I. E. (2023). Utilization of Social Media as a Health Promotion Tool of Indonesian Hospitals: Literature review. *Faletehan Health Journal*, 10(02), 131-136.
- Permenkes RI, "Permenkes RI No. 44 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit," *Kesehatan*, no. 1297, 2018
- Rahmadini, S., & Ernawaty, E. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Terhadap Kesadaran Kesehatan Reproduksi Remaja. *JKM (Jurnal Kesehatan Masyarakat) Cendekia Utama*, 12(3), 274-287.
- Rahmi, S. S., & Muchlis, F. R. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Efektivitas Kampanye Sosialisasi Kesehatan di Era Digital. *Dialogika: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*, 1(1), 15-20.
- Sholihah, N. A., Olivia, N. N., Hafidzirrahman, A., Faridah, F., Sukmasari, W., Suwono, W. J., ... & Anggreni, Y. (2025). Efektivitas Promosi Kesehatan Menggunakan Teknologi Informasi Media Sosial. *Antigen: Jurnal Kesehatan Masyarakat dan Ilmu Gizi*, 3(1), 23-30.
- Vasthu Broto Ariyo, R., & Achadi, A. (2022). *Promosi Kesehatan Indonesia Penggunaan Strategi Pemasaran Digital dalam Layanan Kesehatan di saat Pandemi COVID-19: Literature*

# Cindoku: Jurnal Keperawatan dan Ilmu Kesehatan

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3064-4313

Volume: 2 Nomor: 2 (Agustus: 2025) hal: 90-104

---

Review. Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia, 5(7).

<https://doi.org/10.31934/mppki.v2i3>

- Yulia, H. D., Anjani, R. S., Wulandari, Y., Silviyah, F., Ahmad, A., & Adiyanto, M. R. (2025). Analisis Pusat Pertanggungjawaban Pusat Kos dan Evaluasi Kinerja pada Pabrik Tahu UD. Sumber Makmur Bangkalan. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 116-134.