

Media Usage of Facebook in the Health Promotion Programme of Puskesmas

Angga Saputra¹, Darmawati Darmawati²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 2023

Revised Aug 20th, 2023

Accepted Sept 26th, 2023

Keyword:

Health Promotion

Usage

Social Media Facebook

ABSTRACT

Based on the development of the potential of Facebook Social Media Implementation in Kuala Kampar Community Health Center as an information dissemination medium. In this study, the Kuala Kampar Sub-District Health Center has successfully implemented Facebook Social Media as an effective means of disseminating health information. The Health Center's Facebook account has been recognized by the surrounding community, as evidenced by high responsiveness and growth in the number of followers. This is in line with the Health Center's mission to improve community health and human resource competency. This study aims to determine the implementation of social media usage in promotional programs at the Kuala Kampar Sub-District Health Center, Pelalawan Regency. By providing health information through the Facebook platform, the Health Center contributes positively to raising awareness and knowledge of community health sustainably. Using a qualitative method that is informative, relevant, and easily accessible, Referring to Harold D. Lasswell's communication theory, this study clearly explains who the communicator is, what message is conveyed, the media used, who the audience is, and the resulting effects. The result of this study is that the Kuala Kampar Sub-District Health Center has successfully utilized Facebook as a health promotion medium. They effectively deliver information to their audience and receive positive responses from the community. Despite facing technical constraints such as network issues, the enthusiasm to continue educating the community remains high. The Kuala Kampar Sub-District Health Center has succeeded in being an example of utilizing social media for public health purposes.



© 2023 The Authors. Published by UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

This is an open access article under the CC BY license

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

Corresponding Author:

Darmawati

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: darmawati@uin-suska.ac.id

Pendahuluan

Saat ini telah memasuki era baru peradaban teknologi informasi Mendigitalkan. Seiring berjalannya waktu, pemerintah mulai memanfaatkannya Teknologi informasi menyediakan lebih banyak layanan sosial diantaranya Pengantar Sistem Informasi dan Teknologi Komunikasi evolusi, sehingga muncul gagasan untuk menciptakan keteraturan masyarakat. Media sosial berpotensi untuk melakukan promosi kesehatan dan intervensi kesehatan. Keefektifan media sosial dalam promosi kesehatan terbukti meningkatkan pemahaman dan memberikan dukungan kepada masyarakat untuk terus hidup sehat kehadiran media sosial memperluas jangkauan organisasi, mendukung permintaan pasien dalam membuat janji temu kunjungan di

fasilitas kesehatan, serta dapat meningkatkan citra organisasi maupun individu tenaga medis (Izza, dkk., 2021:56–61).

Pemanfaatan teknologi dalam mempromosikan kesehatan adalah salah satu tantangan kesehatan masyarakat utama pada abad ini. Media sosial memiliki kekuatan yang paling utama dan menjadi kebiasaan dalam masyarakat modern, serta mempengaruhi kebiasaan dan pola sehari-hari masyarakat baik di Amerika Serikat maupun pada negara lain. Pada berbagai hal, keberadaan media sosial di mana-mana memiliki peluang dalam peningkatan kesehatan masyarakat. Tantangan bagi tenaga promosi kesehatan untuk memasuki era digitaslisasi dalam pemanfaatan media sosial merupakan tantangan terbesar untuk berpartisipasi dalam untuk menunjang keberlangsungan program, tenaga promosi kesehatan harus mempelajari kondisi lingkungan dengan cara tertentu yang bermanfaat dalam peningkatan kesehatan masyarakat (Bella, Dkk., 2021).

Menyusun dan menentukan konten media sosial. Indonesia mempunyai kegiatan penyelenggaraan pembangunan kesehatan yang mengutamakan kegiatan promosi kesehatan melalui Direktorat Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat, yang merupakan Gerakan dalam peningkatan kesadaran, keinginan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap individu guna tercapai derajat kesehatan yang tinggi pada periode tahun 2015-2019 yang dilaksanakan melalui program Indonesia sehat yang berdasarkan paradigma sehat yang berfokus pada promotive-preventif yang menjadi pilar utama upaya kesehatan melalui pelaksanaan program pada pendekatan keluarga dan melaksanakan Gerakan masyarakat hidup sehat, saat ini penguatan pelayanan kesehatan berfokus dalam meningkatkan akses pelayanan kesehatan terutama pada Fasilitas Kesehatan Pertama (FKTP). Kampanye promosi kesehatan dengan sosial media merupakan cara yang potensial dalam mengubah perilaku pada masyarakat yang beragam, namun keberhasilan dalam pelaksanaannya yang melibatkan audiens merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh tenaga promosi Kesehatan (Intan, Dkk., 2022: 137–44).

Media promosi kesehatan merupakan alat atau sarana penyalur informasi yang digunakan untuk menyampaikan materi-materi promosi kesehatan yang mengandung beragam informasi, saran serta pesan kesehatan dan mempromosikan perilaku yang sehat kepada masyarakat. Promosi kesehatan itu sendiri merupakan suatu upaya atau proses yang memungkinkan individu untuk dapat meningkatkan kontrol tentang determinan-determinan kesehatan sehingga kesehatannya dapat lebih diperbaiki, dijaga serta ditingkatkan. Media promosi kesehatan yang baik dapat mendukung efektivitas penyampaian pesan dan pendidikan kepada sasaran, hal ini didukung dengan penelitian yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan setelah diberikan pendidikan kesehatan menggunakan media promosi kesehatan. Media promosi kesehatan yang baik dapat menjadi solusi atas permasalahan dan menjadi pesan yang dapat dipahami serta dilaksanakan oleh masyarakat, selanjutnya pemahaman terhadap permasalahan-permasalahan tersebut dapat mengubah perilaku yang baik pada masyarakat dalam bidang kesehatan. Secara garis besar, menurut Notoatmodjo dalam Jatmika et al, membagi tiga jenis media promosi kesehatan, yaitu: media cetak, media elektronik, dan media luar ruangan. Jenis-jenis media cetak menurut Jatmika et al diantaranya booklet, leaflet, flyer, flipchart (lembar balik), dan poster, namun masing-masing media promosi kesehatan tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan (Elfidia., Dkk., 2021).

Prilaku kesehatan merupakan aktifitas atau tindakan yang dipercaya dapat membawa kepada kesehatan dan dilakukan oleh individu untuk melindungi, memelihara, mempertahankan dan meningkatkan kesehatannya serta mencegah penyakit. Perilaku kesehatan merupakan kombinasi dari sikap, keyakinan, persepsi, serta kecenderungan individu dalam menerapkan beragam bentuk tindakan yang mengarah pada kesehatan, yang diantaranya ditandai dengan tidak merokok, melakukan pola makan yang baik dan teratur serta melakukan kebiasaan berolahraga secara rutin (Edi., Dkk., 2022: 1–8).

Adapun beberapa media sosial yang banyak penggunaannya saat ini adalah : Facebook, Instagram, Whatsapp, TikTok, Youtube, Whatsapp, dan lain-lain. Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya sekedar mencari berbagai informasi, mengikuti tren masa kini, melainkan sarana untuk mempromosikan suatu produk. Dengan adanya media sosial saat ini sangat memberikan segala kemudahan dan efektivitas dalam promosi. Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat sehingga riset menunjukkan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2022 mengalami peningkatan seiring perubahan kebiasaan masyarakat dalam beraktivitas. Dalam laporan bertajuk Profil Internet Indonesia 2022, Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII), menyatakan jumlah penduduk Indonesia yang telah terkoneksi dengan internet pada kurun waktu tahun 2021-2022 mencapai 210 juta orang (Hendri, Dkk., 2023: 98–105).

Promosi kesehatan itu sendiri saat ini telah menjadi sebuah konsep global, yang secara jelas dapat digambarkan sebagai sebuah proses yang memungkinkan individu dan masyarakat untuk dapat meningkatkan kontrol terhadap determinan-determinan kesehatan, sehingga faktor-faktor kesehatannya dapat diperbaiki. Dalam hal ini, promosi kesehatan erat kaitannya dengan konsep pencegahan kesehatan dan pendidikan

kesehatan adapun bentuk umum dari promosi kesehatan itu sendiri yang paling utama adalah dengan melakukan program-program promosi kesehatan, yang pada umumnya banyak dilakukan oleh pemerintah. Promosi kesehatan adalah segala bentuk kombinasi pendidikan kesehatan dan intervensi yang terkait dengan ekonomi, politik dan organisasi yang dirancang untuk memudahkan perubahan perilaku dan lingkungan yang kondusif bagi kesehatan. Dalam visi misi umum promosi kesehatan, teori ini mempunyai tujuan yakni meningkatkan kemampuan masyarakat untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan, baik fisik, mental, dan sosialnya sehingga produktif secara ekonomi pentingnya pemilihan media dalam melakukan promosi kesehatan sangatlah diperlukan dengan maksud mempermudah penerimaan sasaran terhadap materi promosi kesehatan yang diberikan (Ina dan Lusa, 2021).

Dalam proses promosi Kesehatan diperlukan media untuk membantu dalam menyampaikan pesan kesehatan. Media adalah suatu alat yang digunakan oleh petugas kesehatan dalam menyampaikan bahan, materi, dan pesan ke-sehatan untuk membantu dan memperagakan sesuatu di dalam proses promosi pemilihan media promosi kesehatan harus didasarkan pada selera sasaran, memberi dampak yang luas, dan disampaikan dengan menarik. Promosi kesehatan merupakan revitalisasi dari pendidikan kesehatan pada masa yang lalu, di mana dalam konsep promosi kesehatan tidak hanya merupakan proses penyadaran masyarakat dalam hal pemberian dan peningkatan pengetahuan dalam bidang kesehatan saja, tetapi juga sebagai upaya yang mampu menjembatani perubahan perilaku, baik di dalam masyarakat maupun dalam organisasi dan lingkungannya. Perubahan lingkungan yang diharapkan dalam kegiatan promosi kesehatan meliputi lingkungan fisik-nonfisik, sosial-budaya, ekonomi, dan politik. Promosi kesehatan adalah perpaduan dari berbagai macam dukungan baik pendidikan, organisasi, kebijakan, dan peraturan perundang-undangan untuk perubahan lingkungan (Elfidia, Dkk., 2021).

Media promosi kesehatan dibagi menjadi beberapa macam, yaitu media cetak, media elektronik, dan media luar ruangan. Media cetak terdiri dari booklet, leaflet, rubik dan poster. Media elektronik terdiri dari TV, radio, film, video film, cassette, CD, dan VCD. Sedangkan media luar ruangan terdiri dari papan reklame, spanduk, pameran, banner dan TV layar lebar. Media tersebut memiliki kriterianya masing-masing. Pada metodenya, media promosi kesehatan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu metode promosi kesehatan individu, kelompok dan massa. Metode promosi kesehatan individu digunakan untuk membina perilaku baru atau membina seseorang yang sudah tertarik akan perubahan kearah yang positif. Metode promosi kesehatan kelompok dilakukan dengan cara mengidentifikasi masalah, kemudian menetapkan masalah, bertukar pikiran hingga mendorong (Kuswanti dan Rochmawati, 2021).

Pemilihan media promosi kesehatan tidak terlepas dari sisi kelebihan dan kekurangan setiap bentuk media promosi kesehatan, dari berbagai bentuk media promosi kesehatan. Menurut pandangan peneliti, lembar balik merupakan media yang paling efektif sebagai media promosi kesehatan. Media ini dianggap menguntungkan dalam hal cakupan pesan yang disampaikan, mampu mengintegrasikan sasaran primer, sasaran sekunder, dan sasaran tersier dalam satu upaya promosi kesehatan. Penggunaan lembar balik secara interaktif dapat memenuhi aspek pelibatan masyarakat (sasaran primer), Penggunaan lembar balik menurut pandangan peneliti sejalan dengan strategi global promosi kesehatan WHO (1984), yakni advokasi kesehatan, bina suasana, dan gerakan masyarakat (Lina, Dkk., 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. Institusi kesehatan juga bisa berbagi informasi kesehatan melalui audio podcast atau video pada berbagai macam platform media sosial yang bertujuan menyampaikan informasi kesehatan. Ketiga, media sosial menyediakan platforms komunikasi yang berguna bagi pemangku kepentingan selama pandemic. Akun media sosial pemerintah menjadi sumber informasi resmi dalam memberikan informasi tentang wabah penyakit secara tepat waktu (Candra dan Sri, 2020: 33-42).

Adapun sebagai panduan atau acuan serta novelty dan tujuan dari jurnal pertama ini adalah untuk mempublikasikan artikel-artikel ilmiah yang berkaitan dengan berbagai disiplin ilmu, seperti ilmu sosial, humaniora, teknologi, dan sains. Jurnal ini bertujuan untuk menjadi wadah bagi para peneliti dan akademisi untuk berbagi pengetahuan dan hasil penelitian mereka. Tujuannya adalah untuk mendiseminasikan temuan penelitian, teori, dan praktik terbaik terkait promosi kesehatan, dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan kesehatan melalui kegiatan promosi kesehatan. Jurnal ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan dan pemahaman di bidang promosi kesehatan di Indonesia. Keberuan jurnal ini terletak pada fokusnya pada penggunaan media sosial dan teknologi internet untuk promosi kesehatan. Hal ini mengakui meningkatnya peran platform media sosial dan teknologi digital dalam mempengaruhi perilaku

kesehatan dan menyediakan informasi kesehatan. Jurnal ini mengeksplorasi efektivitas penggunaan media sosial untuk promosi kesehatan, serta tantangan dan peluang yang terkait dengan pendekatan ini. Dengan membahas topik-topik yang muncul ini, jurnal ini bertujuan untuk berkontribusi terhadap kemajuan praktik promosi kesehatan di era digital (Renata dan Retasari, 2022: 19-24).

Jurnal kedua ini Tujuan dari jurnal ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan photo booth sebagai alat promosi kesehatan di Kampung Wisata Ponggalan-Karangmiri Novelty dari jurnal ini adalah penggunaan media sosial dan photo booth sebagai sarana promosi kesehatan yang efektif. (Setyo dan Lestariningsih, 2021: 39). Berdasarkan perumusan masalah ini dilihat, berdasarkan latar belakang diatas yaitu “Media facebook Dalam Program Promosi Kesehatan Di Puskesmas Kec.Kuala Kampar Kab,Pelalawan” Dengan poin-poin yaitu: 1) Bagaimanakah media sosial Facebook dalam mempromosikan puskesmas kec.Kuala Kampar kab Pelalawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan sosial media Facebook dalam program promosi di puskesmas kec.Kuala Kampar kab. Pelalawan.

Method

Berdasarkan pertanyaan latar belakang tersebut, penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk menciptakan pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Penelitian ini dilaksanakan di Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar yang beralamat di Jalan imam Tahar teluk dalam,kecamatan Kuala Kampar Kabupaten Pelalawan. Pengambilan data dilaksanakan pada tahun 2023/2024 atau dua bulan setelah seminar proposal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan penelitian yang disajikan secara sistematis dalam bentuk data primer dan data sekunder.

Adapun Data Informan dalam penelitian ini adalah Informan Kunci, Informan Tambahan, Informan Pelengkap. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara. Adapun bentuk validasi data dalam penelitian kualitatif yang cukup populer adalah Teknik Triangulasi. Validasi merupakan keabsahan akurasi suatu alat ukur. Sedangkan triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti, mengumpulkan data dan sumber data yang telah ada. (Sugiyono, 2012)

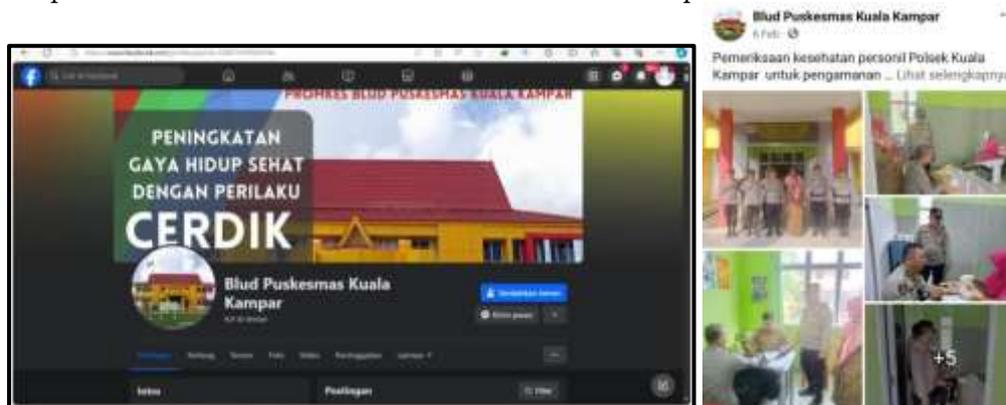
Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dalam 4 langkah. Yang pertama adalah pengumpulan data, yaitu. penulis mengumpulkan semua data secara objektif dan bagaimana itu sesuai dengan hasil pengamatan. Kedua, reduksi data, yaitu penyederhanaan data hasil pencatatan tertulis di lapangan. Ketiga, verifikasi data, di mana kesimpulan ditarik dari data yang disusun secara sistematis. Keempat, representasi pengetahuan adalah kumpulan informasi terstruktur dan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. (Sugiyono, 2012). Kemudian, menganalisis materi, peneliti memeriksa semua informasi yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu. Hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi dengan mereduksi materi yaitu. Hasil mengumpulkan informasi yang diperoleh di lapangan memilih poin-poin utama dan mengaturnya lebih sistematis sehingga mudah ditangani. Dalam hal ini, penulis menggunakan analisis data kualitatif, dimana informasi yang diperoleh dianalisis dengan metode deskriptif dengan bantuan penalaran induktif, yaitu. Hasil Penelitian berdasarkan fakta empiris dengan mempelajari proses, penemuan berlangsung, mencatat, menganalisis, menafsirkan, melaporkan dan menggambar.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian yang didapat dari serangkaian wawancara, observasi, dan dokumentasi sebelumnya yang dilakukan. Fokusnya adalah pada penggunaan media sosial Facebook oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sebagai alat promosi kesehatan. Data diperoleh melalui wawancara dengan tiga informan dari rumah sakit dan dua informan dari masyarakat setempat, yang dipilih sesuai dengan bidang keahliannya. Wawancara ini dilakukan secara terstruktur dan bebas. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung dengan mengunjungi lokasi penelitian saat kegiatan promosi kesehatan berlangsung untuk memperoleh pemahaman langsung tentang kondisi dan pelaksanaan program oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar. Pengumpulan data dengan cara dokumentasi juga digunakan sebagai pelengkap dalam pengumpulan data penelitian ini.

Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar menggunakan berbagai platform media sosial untuk menyebarkan informasi kesehatan, termasuk Facebook. Sebuah akun Facebook dielola oleh admin puskesmas yang langsung diawasi oleh kepala puskesmas. Menurut hasil observasi penelitian, saat ini akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar memiliki 4.990 teman. Data ini diperoleh dari observasi online serta wawancara dengan informan di Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar. Akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar pertama kali dibuat pada tahun 2019, namun kemudian hilang dan dibuat kembali pada 23

Oktober 2021. Akun ini masih aktif hingga saat ini sebagai platform informasi dan promosi kesehatan bagi masyarakat di Kecamatan Kuala Kampar dan Kabupaten Pelalawan secara keseluruhan. Berikut ini adalah tampilan dari Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar.



Gambar 1 Tampilan Akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar (Sumber : Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar)

Dalam pemanfaatan media sosial, terdapat empat strategi yang perlu diperhatikan, yaitu audiens, missions, goal, dan strategy content. Dari keempat strategi tersebut, maka akan diketahui bagaimana penggunaan Media Sosial Facebook oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sebagai media dalam promosi kesehatan. Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sebagai media informasi promosi kesehatan.

Audiens

Audiens merupakan masyarakat atau orang-orang yang menjadi target dari sebuah media sosial yang akan digunakan. Audiens pada media sosial facebook adalah friends (teman) dan viewers (orang-orang yang tidak berteman namun melihat beranda facebook). Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar hanya memiliki 1 akun facebook yang digunakan dan pada akun tersebut semakin hari semakin bertambah, hal ini dikarenakan respon audiens yang begitu bagus terhadap halaman facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar yang selalu aktif dalam menyebarkan informasi terkini mengenai program promosi kesehatan yang dilakukan. Sebagaimana juga disebutkan oleh Sarifah Rohil Pahlapi, S.Km selaku admin Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sebagai berikut :

“Respon masyarakat sangat baik karena promosi kesehatan dalam media sosial facebook dianggap sangat membantu masyarakat dalam mengetahui informasi kesehatan. Informasi ini sangat mudah diakses karena ketika kita membuka halaman facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar, kita sudah dapat mengakses seluruh informasi dan kegiatan yang telah kita lakukan. Ditambah masyarakat sekitar biasanya lebih sering menggunakan media sosial facebook dibandingkan media sosial lainnya.”

Putri Agustina, pekerja honorer, merupakan salah satu teman facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar karena merupakan masyarakat setempat. Menurut informan, sebagai masyarakat yang tinggal di desa, informasi yang disampaikan sangat membantu masyarakat terutama dalam program-program yang dilakukan oleh puskesmas.

“Saya sebagai masyarakat merasa terbantu dengan adanya promosi kesehatan yang dilakukan oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar. Akun facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sangat update dalam memberikan informasi yang berguna mengenai jadwal berobat gratis, jadwal berobat dokter di puskesmas, dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam upaya mengkampanyekan kesehatan untuk masyarakat sekitar.”

Akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar memiliki friends yang mayoritas berada pada usia 30 keatas atau berada dalam kategori dewasa. Namun informasi terupdate biasanya diakses terlebih dahulu oleh generasi milenial yang banyak mengakses media sosial facebook dalam waktu cenderung lama setiap harinya. Seperti yang disampaikan oleh Gusnafitarsi, A.Md. selaku Humas Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar :

“teman di facebook mayoritas merupakan ibu-ibu yang berusia 30-35 keatas, namun informasi terupdate tentang program promosi kesehatan biasanya tersampaikan kepada generasi milenial terlebih dahulu. Untuk rentang umur lainnya, informasi mengenai kegiatan yang dilakukan puskesmas biasanya lambat tersampaikan.”

Penjelasan diatas memberikan gambaran bahwa akun facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sudah diketahui oleh masyarakat sekitar Kabupaten Pelalawan, dilihat dari respon masyarakat terhadap akun facebook tersebut dan jumlah teman yang semakin hari semakin naik. Hal ini sejalan dengan misi Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar dalam meningkatkan kemandirian individu, keluarga, dan masyarakat dalam bidang

kehatan serta meningkatkan kompetensi sumber daya manusia secara berkelanjutan. Sehingga dengan adanya akun facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar yang memberikan informasi mengenai promosi kesehatan dapat membantu masyarakat dengan post-post yang diupload oleh akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar.

Missions

Facebook dijadikan sebagai salah satu platform media sosial yang dimanfaatkan oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sebagai sarana promosi kesehatan. Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar berupaya memberikan kemudahan bagi masyarakat yang berada di lokasi yang jauh dari Puskesmas tersebut untuk mengakses informasi yang disediakan melalui Facebook, di mana pun tempat tinggal mereka. Hal ini seperti yang disampaikan oleh kepala Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar

“sosial media facebook merupakan media sosial yang paling banyak pengguna aktifnya di daerah Kecamatan Kuala Kampar. Pengguna facebook terdiri dari berbagai jenis umur, dari yang muda sampai yang tua. Informasi yang diupdate melalui beranda facebook juga dapat dilihat kapanpun dan dimanapun tanpa takut terhapus. Oleh karena itu penyampaian informasi mengenai promosi kesehatan disampaikan melalui media sosial facebook.”

Sumantri, pegawai swasta yang merupakan salah satu friends dan pasien di Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar mengatakan jika akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar membantu dalam penyebaran informasi mengenai kesehatan karena mudahnya informasi yang didapat melalui akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar.

“media sosial facebook lumayan membantu dalam promosi kesehatan karena bagi saya yang aktif dalam media sosial hanya kurang lebih 2 jam satu hari, informasi yang disampaikan cukup jelas dan mudah dipahami”.

Salah satu tujuan penggunaan media sosial adalah mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi yang ada pada lingkup kawasan Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar. Puskesmas Kuala Kampar saat ini hanya memiliki satu akun facebook yang ditujukan untuk menginformasikan masyarakat tentang promosi kesehatan dan apa yang dilakukan pihak puskesmas dalam mewujudkan misinya yaitu menyelenggarakan pelayanan kesehatan.

“postingan yang disebarkan oleh pihak puskesmas Kecamatan Kuala Kampar biasanya berisikan program serta pelayanan yang dibuat oleh kami, dengan tujuan agar masyarakat tau apa yang dibuat oleh pihak Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar. Hal ini bertujuan agar masyarakat tertarik dan menjalankan program promosi kesehatan yang kami buat.”

Berdasarkan jawaban informan dapat dijelaskan bahwa misi dibuatnya akun Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar adalah untuk menyediakan akses mudah bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi tentang kegiatan kesehatan yang telah diselenggarakan. Saat ini, informasi dapat tersebar dengan cepat melalui media sosial, sehingga kehadiran Facebook dapat mempermudah masyarakat dalam menerima dan mengakses informasi tersebut, serta memungkinkan mereka untuk merujuk kembali informasi yang telah disampaikan.

Goal

Setelah menetapkan misi, penting bagi kita untuk menetapkan goal atau target dari penggunaan media sosial sebagai indikator kesuksesan. Pertumbuhan jumlah pengikut atau teman di Facebook juga menjadi salah satu ukuran keberhasilan, karena jumlahnya terus meningkat. Hal ini juga disebutkan oleh Gusnafitasari selaku Humas Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar terkait sasaran media sosial Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar :

“sasaran dalam konten promosi kesehatan sebenarnya adalah seluruh lapisan masyarakat yang ada, terutama masyarakat kecamatan kuala kampar atau kabupaten pelalawan. Karena postingan kami juga tidak berfokus kedalam satu segmen atau satu generasi, ada yang membahas tentang stunting, ada yang membahas tentang imunisasi atau tentang manfaat tanaman untuk kesehatan. Semenjak tahun 2019, jumlah teman yang ada di facebook sudah hampir mencapai 5 ribu, hal ini tentunya menjadikan kami semangat dalam menggunakan promosi kesehatan baik melalui media sosial maupun dalam proses penggunaan didalam kegiatan lapangan.”

Berdasarkan jawaban informan dapat diketahui bahwa jumlah teman yang ada di media sosial Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar mengalami kenaikan selama kegiatan kesehatan maupun promosi kesehatan dalam bentuk pengetahuan. Sasaran utama dari media sosial facebook adalah seluruh lapisan masyarakat, baik yang ada disekitar puskesmas, maupun yang jauh dari daerah puskesmas.

Strategy Content

Dalam menggunakan media sosial Facebook untuk promosi kesehatan, penting untuk memiliki strategi konten yang baik agar pelaksanaannya berjalan lancar dan mencapai tujuan yang diharapkan. Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar dapat merancang strategi konten yang efektif dengan fokus pada penyampaian informasi yang informatif, relevan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini juga disebutkan oleh Gusnafitasari selaku Humas Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar :

“konten yang dibuat oleh puskesmas merupakan konten yang akan digunakan dengan cara terjun kelapangan bersama staff puskesmas lainnya. Konten tersebut biasanya berisi tentang informasi yang perlu diketahui

masyarakat tentang hal-hal terkini yang dapat membantu masyarakat dalam mengatasi permasalahan kesehatan yang ada.”

Respon masyarakat terhadap konten-konten Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar bernilai positif. Seperti yang disampaikan oleh Putri Agustina, masyarakat sekitar sekaligus teman di facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar

“postingan Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sudah bagus dan memberikan informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Hal yang seperti ini perlu diteruskan, terutama informasi mengenai program berobat gratis. Program ini juga bisa diberitahu terlebih dahulu jauh-jauh hari agar masyarakat yang jauh dari puskesmas juga dapat datang.”

Dari pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa strategi konten merupakan bagian dari misi Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar dalam penggunaan media sosial facebook untuk mengkampanyekan program kesehatan. Kendala Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar dalam penggunaan media sosial Facebook sebagai media penyebaran informasi. Dalam setiap pelaksanaan kegiatan, pasti akan muncul tantangan baik secara teknis maupun non-teknis. Dalam program kampanye kesehatan melalui media sosial, terutama Facebook, Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar hanya menghadapi satu kendala, yakni kesulitan akses jaringan di daerah Kecamatan Kuala Kampar, khususnya di desa-desa yang berjarak jauh dari puskesmas tersebut. Hal ini disampaikan oleh salah satu teman di Facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar :

“kendala pada daerah kami adalah sinyal yang kurang bagus, sehingga informasi mengenai program kesehatan puskesmas itu lambat sampainya. Terkadang informasi tersebut kami ketahui setelah program tersebut selesai”

Admin puskesmas Kecamatan Kuala Kampar juga mengungkapkan hal terkait keluhan atau kendala masyarakat dalam mengakses program kampanye kesehatan di facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar:

“kendala di daerah ini bagi kami yang mengupload konten kesehatan dan masyarakat selaku pembaca konten kami adalah jaringan. Jaringan di daerah ini sangat sulit, sehingga kami mengupload juga di waktu tertentu yang sinyalnya bagus seperti siang hari, namun permasalahan lain yang menjadi tantangan bagi kami adalah kami harus memberikan pengetahuan lebih kepada sebagian masyarakat. Contohnya adalah ketika kami mengupload konten penjemputan pasien yang mengalami sakit keras di rumahnya, terkadang ada masyarakat yang berkomentar bahwa penjemputan tersebut merupakan penjemputan paksa. Hal-hal seperti ini yang membuat kami akan terus mengedukasi masyarakat tentang pentingnya informasi mengenai kesehatan tersebut.”

Setelah data hasil penelitian didapat, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan menggambarkan data menggunakan kata-kata atau kalimat untuk mencapai kesimpulan. Tujuan dari analisis data ini adalah untuk memahami bagaimana Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar menggunakan media sosial Facebook sebagai alat kampanye kesehatan, dengan memperhatikan aspek audiens, misi, tujuan, dan strategi konten. Adapun analisa data dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Audiens

Audiens adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa berbagai media atau komponen beserta isinya, seperti pendengar radio, penonton televisi atau pembaca di media sosial. (Falaqiah dan Sanjaya, 2024: 134-145). Audiens merupakan masyarakat atau orang-orang yang menjadi target atau tolak ukur sebuah keberhasilan suatu media. Audiens pada media sosial facebook disebut friends atau teman di facebook dan viewer atau pengunjung akun tersebut tanpa berteman. Dalam artian, apabila sudah berteman, informasi akan muncul dilayar beranda dengan sendirinya tanpa perlu melakukan pencarian akun terlebih dahulu. Sedangkan viewer atau pengunjung akun tersebut tanpa berteman tidak akan menerima informasi secepat akun yang berteman dengan akun facebook pihak Puskesmas. Pihak Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar sepakat untuk menargetkan audiensnya pada seluruh lapisan masyarakat baik dari umur 30 keatas dan generasi-generasi muda disekitar Kecamatan Kuala Kampar. Seperti anak-anak yang masih sekolah, baik sekolah dasar dan sekolah menengah pertama dengan memberikan pengetahuan kepada mereka melalui konten yang sesuai dengan umur mereka. Target audiens didefinisikan sebagai kelompok spesifik yang dituju oleh suatu kampanye iklan dan komunikasi pemasaran. (Mona dan Pramulia, 2022: 7). Dalam penggunaan facebook, tentu faktor demografis friends dapat menjadi tolak ukur untuk program promosi kesehatan mana yang akan diposting melalui akun tersebut. Distribusi usia yang paling banyak berteman di akun facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar adalah ibu-ibu yang berusia diatas 30 tahun, namun tidak dipungkiri bahwa informasi melalui media sosial biasanya diketahui oleh anak muda atau generasi milenial terlebih dahulu karena anak muda sering menggunakan media sosial setiap harinya.

b. Missions

Fenomena penggunaan media sosial semakin berkembang pesat di dunia, termasuk Indonesia. Oleh karena itu, Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar menggunakan media sosial yaitu facebook sebagai media dalam menyebarkan informasi mengenai promosi kesehatan. Media sosial adalah sekumpulan aplikasi yang dapat digunakan oleh penggunannya sebagai tempat berbagi tentang apapun di lingkup dunia, sehingga kirimannya tersebut dapat dijangkau oleh masyarakat luas. (Aqilah dan Fauzi, 2023: 219-225). Adapun media sosial yang

dimiliki oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar adalah Facebook dan Whatsapp. Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Dibandingkan media sosial lainnya, facebook memberikan fasilitas yang lengkap seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (chat), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan, jaringan. (Kartini dan Khoirunnisa, 2022: 146-153). Facebook merupakan salah satu media sosial yang sangat terkenal di seluruh dunia dengan pengguna terbanyak sehingga facebook dipilih sebagai mesin jejaring sosial nomor satu didunia. (Yanti dan Sudiana, 2021: 139-150). Tujuan utama penggunaan facebook sebagai media untuk berbagi informasi mengenai kesehatan adalah untuk menyediakan akses yang mudah dan cepat bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi kesehatan, meningkatkan kesadaran tentang pentingnya gaya hidup sehat dan upaya pencegahan penyakit, serta memperkuat keterlibatan dan partisipasi aktif masyarakat dalam upaya menjaga kesehatan individu dan masyarakat secara keseluruhan.

c. Goal

Goal adalah sebuah sistem yang harus mampu menentukan suatu tujuan dan tujuan tersebut harus dicapai sesuai dengan yang dirancang. (Rahmadania dan Mukhlisuddin, 2023: 10555-10566). Goal merupakan sasaran media sosial untuk mengukur tolak ukur kesuksesan. Dalam menggunakan facebook sebagai media untuk promosi kesehatan, tolak ukur kesuksesannya adalah peningkatan jumlah friends atau jumlah pengikut pada akun tersebut. Jumlah friends yang berada pada akun facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar adalah 4.900. dan semakin hari semakin bertambah. Berdasarkan hasil observasi terhadap akun facebook Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar, banyak atau tidaknya jumlah akun yang berinteraksi baik berupa likes atau comment, akun puskesmas akan tetap aktif mengunggah konten-konten tentang promosi kesehatan di akun tersebut. Bertambahnya jumlah friends dan interaksi masyarakat di akun tersebut tidak terlepas dari peran aktif akun puskesmas itu sendiri.

Selain itu, evaluasi dapat dilakukan oleh pihak puskesmas melalui perubahan perilaku masyarakat setelah mendapatkan konten promosi kesehatan di Facebook. Misalnya, peningkatan jumlah kunjungan ke Puskesmas untuk pemeriksaan kesehatan atau adopsi gaya hidup sehat yang diadvokasi dalam postingan. Pertumbuhan pengikut akun Facebook Puskesmas juga menjadi indikator, menunjukkan minat dan keterlibatan masyarakat terhadap informasi kesehatan yang disediakan.

d. Strategy Content

Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar merancang strategi konten yang efektif dalam promosi kesehatan dengan mengutamakan pendekatan yang informatif, relevan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini juga bisa ditambahkan dengan memahami perilaku masyarakat sebagai views serta teknik promosi kesehatan yang baik. (Hawa dan Maulana, 2023: 30-37). Hal-hal tersebut tentunya dapat membantu dalam mengelola akun facebook yang efektif.

Dalam menggunakan Facebook sebagai strategi promosi kesehatan, Puskesmas dapat memanfaatkan berbagai fitur platform ini secara optimal. Pihak puskesmas harus secara teratur membagikan konten informatif seperti artikel kesehatan, tips gaya hidup sehat, jadwal pemeriksaan, serta mengadakan sesi tanya jawab atau webinar langsung dengan tenaga medis. Selain itu, Puskesmas dapat memanfaatkan fitur iklan Facebook untuk menargetkan audiens yang spesifik sesuai dengan demografi dan minat, serta berkolaborasi dengan komunitas untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam upaya promosi kesehatan. Dengan pendekatan ini, Facebook dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan dan membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori komunikasi Harold D. Lasswell yang menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?. (Ramahdani dan Suhairi, 2022: 87-100). Who? Siapakah komunikatornya? Komunikator adalah seseorang yang menyampaikan suatu informasi. Pada Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar yang menyampaikan informasi mengenai promosi kesehatan adalah pihak dan staff puskesmas yang meliputi kepala puskesmas, humas, dan admin. Says what? Pesan apa yang disampaikan? Pesan yang disampaikan adalah informasi mengenai program kesehatan yang dibuat oleh pihak puskesmas dalam program tersebut oleh puskesmas dengan didukung oleh masyarakat setempat. In which channel? Media apa yang digunakan? Dalam hal ini, media yang digunakan adalah facebook yang berguna untuk menyampai informasi yang bersifat visual. To whom? Siapa komunikannya? Komunikan utamanya adalah masyarakat yang menerima informasi mengenai kampanye kesehatan yang dilakukan oleh pihak puskesmas. With what effect? Efek apa yang dihasilkan? Efek yang dihasilkan yaitu masyarakat dapat menerapkan pola hidup sehat dan dapat mengetahui hal-hal terkait kesehatan.

Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar memulai dengan langkah-langkah yang cermat dalam menyusun pesan untuk kampanye kesehatan guna memastikan pesan yang disampaikan efektif dan dapat dimengerti oleh masyarakat. Pertama, puskesmas melakukan penelitian mendalam tentang isu kesehatan yang akan disampaikan dalam kampanye tersebut. Hal ini mencakup analisi, identifikasi kelompok sasaran, dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan kebiasaan masyarakat setempat. Selanjutnya, tim puskesmas

kecamatan kuala Kampar merancang pesan yang sesuai dengan konteks budaya dan sosial masyarakat target. Pesan tersebut dirancang agar mudah dipahami, relevan, dan menarik perhatian, Seringkali dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan gambar yang menarik. Selain itu, pesan tersebut juga harus mengandung informasi yang akurat dan berguna bagi masyarakat untuk mengadopsi perilaku sehat.

Setelah merancang pesan, langkah selanjutnya adalah penyebarannya. Puskesmas menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan kampanye kesehatan tersebut, termasuk media sosial, papan pengumuman, dan kegiatan komunitas setempat. Selain itu, mereka juga memanfaatkan kerja sama dengan tokoh masyarakat, dan lembaga sosial lainnya untuk mendukung penyebaran pesan kesehatan. Selama proses penyebaran pesan kesehatan, puskesmas kecamatan kuala Kampar juga secara aktif melakukan monitoring dan evaluasi untuk memastikan efektivitas kampanye. Mereka mengumpulkan feedback dari masyarakat dan mengukur tingkat pemahaman serta adopsi perilaku sehat. Dengan demikian, langkah-langkah ini memungkinkan puskesmas untuk menyusun pesan kampanye kesehatan yang efektif dan berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat.

Dengan pendekatan ini, puskesmas kecamatan kuala Kampar mampu menyusun pesan kampanye kesehatan yang terarah dan terfokus, memastikan pesan yang disampaikan relevan, mudah dipahami, dan berdampak pada perilaku positif dalam masyarakat. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap teori Lasswell, puskesmas kecamatan kuala Kampar mampu mengoptimalkan komunikasi mereka untuk meningkatkan kesadaran dan mempromosikan tindakan yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait penggunaan media sosial Facebook oleh Puskesmas Kuala Kampar dalam program promosi kesehatan, disimpulkan bahwa akun Facebook Puskesmas tersebut memiliki mayoritas teman yang berusia 30 tahun ke atas, namun informasi terupdate lebih banyak diakses oleh generasi milenial yang aktif dalam menggunakan platform tersebut. Puskesmas berhasil merancang strategi konten yang semaksimal mungkin dan telah dikenal oleh masyarakat sekitar Kabupaten Pelalawan, berupaya menggunakan media sosial secara individu, keluarga, dan masyarakat dalam bidang kesehatan. Dengan pendekatan yang informatif, relevan, dan mudah diakses, serta memahami perilaku masyarakat dan teknik promosi kesehatan yang baik, Puskesmas mampu mengelola akun Facebook secara maksimal, menjadikannya alat yang efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan dan membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan. Dengan demikian, pendekatan ini sesuai dengan teori komunikasi Harold D. Lasswell yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya promosi kesehatan yang dilakukan oleh Puskesmas Kecamatan Kuala Kampar.

References

- Aqiilah, D., As, D. S., & Fauzi, A. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Tindak Kenakalan Remaja. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 219-225.
- Bella Elfidia Arista and others, „Penggunaan Media Yang Efektif Dalam Promosi Kesehatan Gigi Dan Mulut Pada Anak Sekolah Dasar“, *Jurnal Ilmiah Keperawatan Gigi*, 2.2 (2021).
- Candra Dewi Rahayu and Sri Mulyani, „Jurnal Ilmiah Kesehatan 2020 Jurnal Ilmiah Kesehatan 2020“, *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 19.Mei (2020), 33–42.
- Edi Subiyantoro and others, „Analisis Pemilihan Media Promosi UMKM Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)“, *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 8.1 (2022), 1–8 <<https://doi.org/10.26905/jtmi.v8i1.6760>>.
- Elfidia Arista and others. Bella, Sunomo Hadi, Politeknik Kesehatan Kemenkes Surabaya, and Jurusan Keperawatan Gigi, „Penggunaan Media Yang Efektif Dalam Promosi Kesehatan Gigi Dan Mulut Pada Anak Sekolah Dasar“, *Jurnal Ilmiah Keperawatan Gigi*, 2.2 (2021).
- Falaqiah, N. P., & Sanjaya, M. (2024). Pelibatan Audiens Generasi Milenial Pada Program “Netizen Bertanya Ustad Menjawab” Di Televisi Muhammadiyah. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 134-145.
- Hawa, S. D. H., Azzara, D. S. A., & Maulana, J. M. (2023). Sosialisasi Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Facebook sebagai Upaya Menaikkan Tingkat Penjualan. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(01), 30-37.
- Hendri Kremer and others, „Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk“, *Jurnal Cafeteria*, 4.1 (2023), 98–105.
- Ina Kuswanti and Lusa Rochmawati, „Efektifitas Media Audio Visual Sebagai Upaya Promosi Kesehatan Terhadap Peninkuswanti, I., & Rochmawati, L. (2021). Efektifitas Media Audio Visual Sebagai

- Upaya Promosi Kesehatan Terhadap Peningkatan Pengetahuan Ibu Hamil Tentang Pencegahan Penularan Hiv “, *Jurnal Kebidanan Indonesia*, 12.1 (2021) <<https://doi.org/10.36419/jki.v12i1.441>>.
- Intan Nopita and others, „Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Media Promosi Stt Wastukencana Purwakarta Menggunakan Metode Weighted Aggregated Sum Product Assesment (Waspas)“, *Jinteks*, 4.3 (2022), 137–44.
- Iskandar dan Pd, “Metodologi penelitian pendidikan dan sosial (kuantitatif dan kualitatif),” 217.
- Izza Mahdiana Apriliani and others, „Open Access Open Access“, *Citizen-Based Marine Debris Collection Training: Study Case in Pangandaran*, 2.1 (2021), 56–61.
- Jayapld, „BAB III (Analisis Konten)“, 1993, 24–28.
- Kartini, K., Ningrum, I. M., Sari, J. E., & Khoirunnisa, K. (2022). Penelitian tentang Facebook. *JURNAL EDUKASI NONFORMAL*, 3(2), 146-153.
- Kezia Kristina Handoko, „Evaluasi Praktik Corporate Social Responsibility Dengan Konsep Ideal Global Reporting Initiative Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015“, 2017, 21–30.
- Kuswanti and Rochmawati. „Efektifitas Media Audio Visual Sebagai Upaya Promosi Kesehatan Terhadap Peningkatan Pengetahuan Ibu Hamil Tentang Pencegahan Penularan Hiv “, *Jurnal Kebidanan Indonesia*, 12.1 (2021) <https://doi.org/10.36419/jki.v12i1.441>
- Lina Eta Safitri, Nurlaila Agustikawati, and Putri Adekayanti, „Peningkatan Pemahaman Mahasiswa Terhadap Pembuatan Media Promosi Kesehatan“, *Jurnal Pengabdian Ilmu Kesehatan*, 2.2 (2022), 22–27 <<https://doi.org/10.55606/jpikes.v2i2.267>>.
- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2022). Peran Copywriter Dalam Membangun Brand Awareness Sarimi Puass Di Instagram. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 7.
- Rahmadania, A., Nirwana, R., Rahmawati, U., Amin, A., & Mukhlisuddin, M. (2023). Sistem Perubahan Sosial dan Strategi Perubahan Sosial Sebagai Dasar Inovasi Pembelajaran Agama Islam. *Journal on Education*, 5(3), 10555-10566.
- Rahmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal 112.
- Ramahdani, L., Helmi, H., Nasution, K., Mustafaruddin, M., & Suhairi, S. (2022). Memahami Komunikasi Bisnis: Strategi Dan Pengelolaannya. *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing)*, 3(2), 87-100.
- Renata Anisa and Retasari Dewi, „Media Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah Lembang“, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1.7 (2022), 1919–24.
- Setyo Mahanani Nugroho, Lestariningsih Lestariningsih, and Lestariningsih Lestariningsih, „Optimalisasi Photobooth Sebagai Sarana Promosi Kesehatan Di Kampung Wisata Ponggalan-Karangmiri Giwangan Umbulharjo Yogyakarta“, *Jurnal Pengabdian Dharma Bakti*, 1.1 (2021), 39 <<https://doi.org/10.35842/jpdb.v1i1.137>>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 339-345.
- Yanti, L. P. F., Suandi, I. N., & Sudiana, I. N. (2021). Analisis kesantunan berbahasa warganet pada kolom komentar berita di media sosial Facebook. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 10(1), 139-150.