

PENGARUH PESAN KESEHATAN PERSUASIF DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU HIDUP SEHAT MAHASISWA

Rizka Licia¹, Agus Susanto^{2*}

Politeknik Indonusa Surakarta^{1,2}

*Corresponding Author : agussus@yahoo.com

ABSTRAK

Fenomena perilaku hidup sehat di kalangan mahasiswa masih menjadi perhatian dalam konteks pengembangan kesadaran kesehatan melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *pesan kesehatan persuasif di media sosial* terhadap perilaku hidup sehat mahasiswa. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Responden penelitian berjumlah 131 mahasiswa yang dipilih berdasarkan teknik sampling yang representatif. Instrumen pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang mengacu pada indikator pesan kesehatan persuasif di media sosial dan perilaku hidup sehat. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Chi-Square* untuk menguji hubungan antar variabel independen dengan perilaku hidup sehat serta menghitung Odds Ratio (OR) untuk menilai signifikansi pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunikan konten memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku hidup sehat dengan nilai $p=0,000$ dan $OR = 7,497$. Selanjutnya, inovasi pengemasan pesan juga berpengaruh positif dengan $p=0,000$ dan $OR = 8,182$, serta interaktivitas konten dengan $p=0,000$ dan $OR = 4,853$. Daya tarik konten juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan $p=0,013$ dan $OR = 2,431$. Simpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa daya tarik pesan, keunikan konten, inovasi pengemasan pesan, dan interaktivitas konten melalui media sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku hidup sehat mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pendekatan komunikasi persuasif dalam membangun kesadaran perilaku sehat di lingkungan mahasiswa melalui pemanfaatan media sosial.

Kata kunci : daya tarik konten, inovasi pengemasan, interaktivitas konten, media sosial, perilaku hidup sehat

ABSTRACT

The phenomenon of healthy lifestyle behavior among students continues to be a significant concern in the context of developing health awareness through social media. This study aims to examine the effect of persuasive health messages on social media on students' healthy lifestyle behavior. This research used a quantitative research design with a survey approach. The respondents consisted of 131 students selected using a representative sampling technique. Data collection was conducted through a questionnaire based on indicators of persuasive health messages on social media and healthy lifestyle behavior. The collected data were analyzed using the crosstab method to examine relationships between independent variables and healthy lifestyle behavior while calculating p-values and Odds Ratios (OR) to assess the significance of the effects among variables. The study results showed that uniqueness of content had a significant effect on healthy lifestyle behavior, with a p-value of 0.000 and OR = 7.497. Additionally, innovation in message packaging also showed a positive effect with a p-value of 0.000 and OR = 8.182, as did content interactivity, with a p-value of 0.000 and OR = 4.853. Meanwhile, content attractiveness also showed a significant effect with a p-value of 0.013 and OR = 2.431. The conclusion from these findings is that message attractiveness, content uniqueness, innovation in message packaging, and content interactivity through social media have a positive influence on students' healthy lifestyle behavior. This study highlights the importance of employing persuasive communication strategies to raise awareness of healthy behaviors among students by leveraging social media.

Keywords : content attractiveness, content interactivity, healthy lifestyle behavior, message packaging innovation, social media

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara informasi disampaikan dan diterima. Media sosial, sebagai bagian integral dari perkembangan teknologi komunikasi, telah berkembang menjadi platform yang signifikan dalam menyampaikan berbagai jenis pesan, termasuk pesan kesehatan (Evans et al., 2022; Wang, 2019). Sebagai pengguna aktif media sosial, mahasiswa menjadi segmen audiens yang strategis dalam kampanye kesehatan, mengingat kelompok ini berada dalam fase kritis pembentukan gaya hidup yang akan memengaruhi kesehatan di masa depan (Pope & Gao, 2020). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang kesehatan, terutama melalui pesan-pesan yang dirancang untuk memengaruhi perilaku audiens (Ghahramani et al., 2022). Pesan kesehatan persuasif, yang berbasis bukti untuk menarik perhatian, menggugah emosi, dan mendorong refleksi audiens, telah diidentifikasi sebagai salah satu strategi yang efektif dalam mengubah perilaku kesehatan (Udoudom et al., 2024).

Pesan ini sering kali memanfaatkan elemen visual, narasi emosional, dan desain interaktif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Meskipun berbagai studi telah menunjukkan potensi media sosial dalam komunikasi kesehatan, beberapa kelemahan dan tantangan masih perlu diperhatikan. Petkovic et al., (2021) mengungkapkan bahwa media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan, namun dampak jangka panjang pada perubahan perilaku masih terbatas. Kondisi ini terkait dengan kurangnya strategi yang memperhatikan heterogenitas audiens, termasuk aspek usia, latar belakang budaya, dan tingkat literasi digital (Kanchan & Gaidhane, 2023). Selain itu, intervensi kesehatan melalui media sosial sering kali dihadapkan pada tantangan berupa distraksi dari konten non-edukatif yang mendominasi platform tersebut (Chen et al., 2022; Rowe & Alexander, 2020).

Kesenjangan lain dalam literatur adalah kurangnya pemahaman mengenai elemen spesifik dalam pesan persuasif yang memiliki pengaruh terbesar terhadap perubahan perilaku. Santos et al., (2023) menyoroti pentingnya elemen visual dan narasi emosional, namun belum ada konsensus mengenai bagaimana elemen-elemen tersebut dapat dioptimalkan dalam konteks pesan kesehatan di media sosial. Selain itu, penelitian terkait sering kali terfokus pada kelompok masyarakat umum, sementara studi yang secara khusus menargetkan mahasiswa masih terbatas. Padahal, mahasiswa memiliki karakteristik unik sebagai kelompok usia yang sedang mengalami transisi menuju kedewasaan, dengan pola pikir kritis yang lebih berkembang namun sering kali kurang memiliki kebiasaan hidup sehat (Asbjørnsen et al., 2019).

Urgensi penelitian ini juga diperkuat oleh data yang menunjukkan tingginya prevalensi perilaku tidak sehat di kalangan mahasiswa. Pola makan yang tidak teratur, rendahnya tingkat aktivitas fisik, dan kurangnya perhatian terhadap kesehatan mental menjadi beberapa isu utama yang sering diabaikan (Geller et al., 2024; Turner & Gonzalez, 2024). Kebiasaan ini tidak hanya berpengaruh terhadap kesehatan dalam jangka pendek tetapi juga berpotensi menimbulkan risiko penyakit kronis dalam jangka panjang (Vainshelboim et al., 2019). Mengingat mahasiswa adalah generasi penerus bangsa, upaya untuk meningkatkan perilaku hidup sehat pada kelompok ini menjadi sangat relevan dalam konteks pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas.

Media sosial, sebagai platform yang telah menjadi bagian dari keseharian mahasiswa, menawarkan potensi besar untuk mendukung upaya ini. Platform ini tidak hanya memungkinkan penyampaian pesan secara luas dan cepat, tetapi juga memberikan ruang bagi audiens untuk berinteraksi langsung dengan konten, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan bermakna (Kovalova, 2024). Price et al., (2024) menyampaikan bahwa interaktivitas adalah salah satu kunci keberhasilan komunikasi kesehatan berbasis digital.

Pemanfaatan fitur-fitur seperti video pendek, animasi, dan narasi interaktif, pesan kesehatan dapat disampaikan secara lebih menarik, meningkatkan kemungkinan audiens untuk terlibat dan memahami pesan yang disampaikan.

Namun, meskipun potensi media sosial dalam mendukung komunikasi kesehatan telah diakui secara luas, masih terdapat tantangan dalam implementasinya. Salah satunya adalah bagaimana memastikan bahwa pesan yang disampaikan mampu bersaing dengan konten hiburan yang mendominasi media sosial. Konten kesehatan sering kali dianggap kurang menarik dibandingkan dengan konten lain yang lebih ringan dan menghibur. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang kreatif dan inovatif untuk menarik perhatian audiens, seperti penggunaan cerita yang relevan, visual yang menarik, dan pendekatan emosional yang kuat (Gupta et al., 2024; Malloy, 2023).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara pesan kesehatan persuasif di media sosial dan perilaku hidup sehat mahasiswa. Temuan penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi kesehatan, tetapi juga menawarkan implikasi praktis bagi pihak-pihak yang ingin memaksimalkan media sosial dalam menyampaikan pesan kesehatan yang efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain survei kuantitatif untuk mengungkap hubungan antara pesan persuasif di media sosial dengan perilaku hidup sehat pada mahasiswa. Penelitian dilaksanakan di Politeknik Indonusa Surakarta pada periode November hingga Desember 2024 dengan melibatkan 131 mahasiswa sebagai responden. Pemilihan responden dilakukan melalui teknik *stratified random sampling*, dengan proporsi yang mempertahankan keberagaman berdasarkan program studi dan tingkat pendidikan untuk memastikan representativitas sampel yang memadai. Kriteria inklusi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Politeknik Indonusa Surakarta yang bersedia berpartisipasi dalam penelitian serta memiliki akses aktif ke media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi mahasiswa yang memiliki gangguan kesehatan yang membatasi perilaku hidup sehat dan mahasiswa yang tidak aktif menggunakan media sosial dalam kegiatan komunikasi mereka.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi informasi demografis responden, seperti jenis kelamin, usia, program studi, dan tingkat Pendidikan dan tempat tinggal. Bagian kedua berisi instrumen untuk mengukur pesan persuasif di media sosial dan perilaku hidup sehat mahasiswa dengan menggunakan skala Likert lima poin. Pesan persuasif diukur berdasarkan empat dimensi, yaitu daya tarik visual, keunikan pesan, inovasi penyampaian pesan, dan interaktivitas. Perilaku hidup sehat diukur melalui kebiasaan makan, rutinitas olahraga, dan aspek pola hidup sehat lainnya yang mendukung kesejahteraan fisik dan mental individu. Seluruh instrumen penelitian telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas sebelum pengumpulan data. Berdasarkan hasil uji tersebut, instrumen dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen mampu mengukur variabel yang diteliti dengan akurat dan konsisten.

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dasar dari sampel penelitian. Untuk menguji hubungan antara dimensi pesan persuasif di media sosial dengan perilaku hidup sehat, penelitian ini hanya berfokus pada pengukuran *p-value* dan *Odds Ratio* (OR). Melalui pengukuran ini, penelitian akan mengidentifikasi sejauh mana variabel pesan persuasif mempengaruhi perilaku hidup sehat berdasarkan hubungan statistik yang signifikan dan perhitungan OR untuk melihat tingkat kemungkinan pengaruh tersebut.

HASIL

Karakteristik sosiodemografi mahasiswa, seperti jenis kelamin, usia, semester, tempat tinggal, dan kebiasaan akses media sosial, menjadi faktor penting dalam memahami konteks penelitian ini. Hasil analisis sosiodemografi responden disajikan secara rinci dalam Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	24	18.3
	Perempuan	107	81.7
Usia	18 - 20	98	74.8
	21 - 23	33	25.2
Semester	1	66	50.4
	3	23	17.6
	5	26	19.8
	7	16	12.2
Tempat Tinggal	Surakarta	63	48.1
	Luar Surakarta	68	51.9
Rerata Akses Medsos	< 1 jam	15	11.5
	1 - 2 jam	34	26.0
	> 3 jam	82	62.6
Jenis Medsos	Tiktok	78	59.5
	Youtube	8	6.1
	Instagram	27	20.6
	Lain-lain	18	13.7

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada variabel jenis kelamin, frekuensi tertinggi adalah perempuan dengan 107 responden (81,7%), sementara laki-laki memiliki frekuensi terendah dengan 24 responden (18,3%). Untuk variabel usia, kelompok 18 - 20 tahun memiliki frekuensi tertinggi dengan 98 responden (74,8%), sedangkan kelompok 21 - 23 tahun memiliki frekuensi terendah dengan 33 responden (25,2%). Pada variabel semester, semester 1 memiliki frekuensi tertinggi dengan 66 responden (50,4%), sedangkan semester 7 memiliki frekuensi terendah dengan 16 responden (12,2%). Untuk variabel tempat tinggal, responden yang berasal dari luar Surakarta memiliki frekuensi tertinggi dengan 68 responden (51,9%), sedangkan responden yang berasal dari Surakarta memiliki frekuensi terendah dengan 63 responden (48,1%). Variabel rerata akses media sosial, kategori akses lebih dari 3 jam memiliki frekuensi tertinggi dengan 82 responden (62,6%), sementara akses kurang dari 1 jam memiliki frekuensi terendah dengan 15 responden (11,5%). Untuk variabel jenis media sosial, TikTok menduduki posisi tertinggi dengan 78 responden (59,5%), sedangkan YouTube memiliki frekuensi terendah dengan 8 responden (6,1%).

Setelah mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan variabel demografis, penelitian ini melanjutkan dengan menganalisis hubungan antara variabel independen dan dependen melalui Uji Chi-Square dan perhitungan *Odds Ratio* (OR). Uji *Chi-Square* dilakukan untuk menguji sejauh mana variabel pesan persuasif di media sosial berhubungan dengan perilaku hidup sehat mahasiswa, dengan melihat ada tidaknya hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Sementara itu, perhitungan *Odds Ratio* digunakan untuk melihat kekuatan hubungan dan probabilitas terjadinya perilaku hidup sehat berdasarkan variabel independen yang diteliti. Hasil dari analisis ini disajikan pada Tabel 2, yang menggambarkan distribusi frekuensi serta hasil uji *Chi-Square* dan *Odds Ratio*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik konten memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku hidup sehat dengan $p\text{-value} = 0,013$, yang mengindikasikan bahwa hubungan ini dapat dianggap signifikan. Berdasarkan *Odds Ratio* (OR = 2,431 dengan rentang 1,201–

4,921), individu dengan daya tarik konten yang tinggi memiliki peluang lebih besar untuk menunjukkan perilaku hidup sehat dibandingkan individu dengan daya tarik konten yang rendah. Selain itu, keunikan konten juga memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku hidup sehat ($p\text{-value} = 0,000$), dengan nilai $OR = 7,497$ dengan rentang 3,446–16,309. Hasil ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki persepsi bahwa konten memiliki keunikan lebih cenderung memiliki perilaku hidup sehat.

Tabel 2. Pengaruh Variabel Pesan Persuasif terhadap Perilaku Hidup Sehat

Variabel Independen	Perilaku Hidup Sehat				p-value	OR 95%
	Tidak Baik		Baik			
	F	%	F	%		
Daya Tarik Konten					0.013	2.431
Rendah	35	56,5	27	43,5		(1.201–
Tinggi	24	34,3	45	65,7		4.921)
Keunikan Konten					0.000	7.497
Rendah	43	69,4	19	30,6		(3.446–
Tinggi	16	23,5	53	76,5		16.309)
Inovasi Pengemasan Pesan					0.000	8.182
Rendah	44	69,8	19	30,2		(3.728–
Tinggi	15	22,1	53	77,9		17.960)
Interaktivitas Konten					0.000	4.853
Rendah	41	64,1	23	35,9		(2.308–
Tinggi	18	26,9	49	73,1		10.205)

Selanjutnya, inovasi pengemasan pesan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku hidup sehat dengan nilai $p\text{-value} = 0,000$ dan *Odds Ratio* ($OR = 8,182$ dengan rentang 3,728–17,960). Ini menunjukkan bahwa individu dengan persepsi terhadap inovasi pengemasan pesan yang tinggi memiliki peluang yang lebih besar untuk memiliki perilaku hidup sehat dibandingkan mereka dengan persepsi yang rendah. Variabel interaktivitas konten juga memiliki hubungan signifikan dengan perilaku hidup sehat ($p\text{-value} = 0,000$), dengan nilai $OR = 4,853$ dengan rentang 2,308–10,205, yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat interaktivitas konten yang tinggi memiliki peluang lebih besar untuk menunjukkan perilaku hidup sehat dibandingkan individu dengan interaktivitas yang rendah.

PEMBAHASAN

Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dibandingkan laki-laki. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa perempuan memiliki tingkat keterbukaan yang lebih tinggi dalam mengakses informasi kesehatan melalui media sosial dibandingkan laki-laki. Perbedaan ini dapat dijelaskan melalui perspektif perbedaan kebutuhan, preferensi, dan pola komunikasi yang sering kali beragam antara kedua jenis kelamin tersebut (Liuccio, 2015; Nikoloudakis et al., 2018).

Selanjutnya, karakteristik usia menunjukkan dominasi kelompok usia 18-20 tahun. Kelompok ini cenderung memiliki ketertarikan yang lebih besar pada konten yang disajikan melalui media sosial, baik dalam aspek edukasi maupun hiburan. Penelitian sejenis juga mengungkapkan bahwa usia yang lebih muda sering kali berkaitan dengan penerimaan pesan yang lebih cepat dan terbuka terhadap berbagai informasi kesehatan melalui platform digital (Dix et al., 2022; Gallardo & Ebarido, 2024). Hal ini disebabkan oleh kemampuan mereka berinteraksi secara aktif dengan berbagai jenis media sosial. Selain itu, karakteristik variabel semester menunjukkan bahwa mahasiswa pada semester awal memiliki keterbukaan yang lebih tinggi terhadap berbagai informasi terkait perilaku hidup sehat dibandingkan mereka yang

berada di semester lebih lanjut. Studi lain juga mendukung hal ini dengan menyebutkan bahwa mahasiswa pada awal masa studi memiliki tingkat adaptasi yang lebih tinggi dan cenderung mengeksplorasi berbagai informasi yang dapat membentuk kebiasaan baru (Ray & Pareek, 2023).

Terkait dengan tempat tinggal, karakteristik geografis juga memainkan peran dalam mengakses informasi melalui media sosial. Responden dari luar Surakarta cenderung memiliki akses yang berbeda dibandingkan mereka yang berasal dari Surakarta, meskipun ini tidak mengurangi relevansi pesan persuasif dalam membangun kesadaran akan perilaku hidup sehat. Penelitian sebelumnya juga menemukan adanya perbedaan akses terhadap informasi berdasarkan tempat tinggal, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial dan aksesibilitas terhadap media sosial (Xu et al., 2013). Karakteristik terkait durasi penggunaan media sosial dan platform yang paling sering digunakan menunjukkan pola yang konsisten dengan studi sebelumnya. TikTok menjadi salah satu media sosial dengan keterpaparan yang tinggi di kalangan mahasiswa, mirip dengan penelitian lain yang menunjukkan daya tarik konten yang bersifat visual dan dinamis di platform tersebut. Sementara itu, YouTube memiliki peringkat yang lebih rendah, menunjukkan bahwa jenis konten dan cara penyajian informasi berperan dalam membentuk ketertarikan individu terhadap platform tertentu (Elis et al., 2024).

Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara karakteristik pesan kesehatan persuasif di media sosial dengan perilaku hidup sehat mahasiswa. Daya tarik konten terbukti memiliki pengaruh positif terhadap perilaku hidup sehat, sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa estetika dan daya tarik visual konten media sosial memengaruhi sikap positif terhadap gaya hidup sehat (Gersten & Anderson, 2024). Penelitian ini mempertegas bahwa konten yang menarik dapat meningkatkan motivasi individu untuk mengadopsi kebiasaan sehat.

Keunikan konten ditemukan memiliki hubungan yang lebih kuat dengan perilaku hidup sehat, mendukung temuan dari studi yang menekankan pentingnya elemen kreatif dan inovatif dalam pesan Kesehatan (Gell et al., 2024; Wadhwa et al., 2024). Dalam konteks mahasiswa, keunikan ini berperan dalam menarik perhatian dan membangun kesadaran terhadap pentingnya perilaku sehat. Selain itu, inovasi pengemasan pesan memiliki pengaruh paling signifikan dibandingkan variabel lainnya. Hal ini konsisten dengan penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi dalam penyajian informasi kesehatan, seperti video interaktif atau infografis, lebih efektif dalam memengaruhi perubahan perilaku (George & Ravola, 2024; Jia et al., 2024). Interaktivitas konten juga terbukti berkontribusi positif terhadap perilaku hidup sehat. Hasil ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa tingkat keterlibatan pengguna dengan konten, seperti melalui komentar atau diskusi, meningkatkan pemahaman dan komitmen terhadap pesan Kesehatan (Buzcu et al., 2024; Mere et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan komunikasi persuasif melalui media sosial, yang mencakup daya tarik, keunikan, inovasi, dan interaktivitas, memiliki peran penting dalam membangun perilaku hidup sehat di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian untuk penelitian selanjutnya. Mayoritas responden dalam studi ini didominasi oleh perempuan, yang mungkin mempengaruhi hasil analisis terkait keterbukaan informasi melalui media sosial. Selanjutnya, kelompok usia yang berfokus pada mahasiswa berusia 18-20 tahun yang berada pada semester awal memiliki kecenderungan yang lebih tinggi dalam mengakses informasi kesehatan dibandingkan dengan kelompok usia dan tingkat pendidikan yang lebih beragam. Selain itu, akses informasi juga berbeda berdasarkan faktor geografis, yaitu antara mahasiswa dari Surakarta dan luar Surakarta. Keterbatasan ini menunjukkan perlunya penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih seimbang, beragam, serta mempertimbangkan pendekatan yang lebih komprehensif untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku hidup sehat di kalangan mahasiswa.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik konten, keunikan konten, inovasi pengemasan pesan, dan interaktivitas konten memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku hidup sehat mahasiswa. Temuan ini mendukung konsep teori komunikasi persuasif yang menyatakan bahwa pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat mempengaruhi perubahan perilaku individu. Media sosial memiliki peran yang penting sebagai sarana penyampaian pesan kesehatan yang efektif dalam membentuk kesadaran akan pentingnya perilaku hidup sehat. Daya tarik konten yang menarik dan inovasi dalam penyampaian pesan terbukti menjadi faktor penting dalam membangun keterlibatan audiens. Selain itu, keunikan konten dan interaktivitas yang tinggi juga dapat meningkatkan penerimaan pesan yang bermuara pada perilaku hidup sehat. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang efektif jika digunakan dengan pendekatan yang tepat. Berdasarkan hasil ini, disarankan agar penyusunan strategi komunikasi persuasif melalui media sosial mempertahankan daya tarik, keunikan, inovasi, dan interaktivitas konten yang relevan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terimakasih atas dukungan, inspirasi dan bantuan kepada semua pihak dalam membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini, termasuk pada peserta yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Asbjørnsen, R. A., Smedsrød, M. L., Nes, L. S., Wentzel, J., Varsi, C., Hjelmæsæth, J., & Van Gemert-Pijnen, J. E. W. C. (2019). *Persuasive System Design Principles and Behavior Change Techniques to Stimulate Motivation and Adherence in Electronic Health Interventions to Support Weight Loss Maintenance: Scoping Review*. *Journal of Medical Internet Research*, 21(6), 14265. <https://doi.org/10.2196/14265>
- Buzcu, B., Tessa, M., Tchappi, I., Najjar, A., Hulstijn, J., Calvaresi, D., & Aydoğan, R. (2024). *Towards interactive explanation-based nutrition virtual coaching systems*. *Autonomous Agents and Multi-Agent Systems*, 38(1). <https://doi.org/10.1007/S10458-023-09634-5>
- Chen, C., Wang, H., Shapiro, M., Xiao, Y., Wang, F., & Shu, K. (2022). *Combating Health Misinformation in Social Media: Characterization, Detection, Intervention, and Open Issues*. <https://arxiv.org/abs/2211.05289v1>
- Dix, C. F., Brennan, L., McCaffrey, T. A., Reid, M., Molenaar, A., Barklamb, A., Chin, S., & Truby, H. (2022). *Communicating Health to Young Adults Using Social Media: How, Where, and When?* *Nutrients*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/nu14142967>
- Elis, C. F., Saputra, A. I., & Mindasari, H. (2024). Pengaruh media sosial tiktok terhadap pengetahuan bahaya seks bebas pada remaja kelas ix smpn 6 kota batam. *Zona Kedokteran: Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Batam*, 14(1), 34–43. <https://doi.org/10.37776/ZKED.V14I1.1378>
- Evans, W. D., Abroms, L. C., Broniatowski, D., Napolitano, M. A., Arnold, J., Ichimiya, M., & Agha, S. (2022). Digital Media for Behavior Change: Review of an Emerging Field of Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15). <https://doi.org/10.3390/ijerph19159129>
- Gallardo, M. O., & Ebarido, R. (2024). Online Health Information Seeking in Social Media. *Communications in Computer and Information Science*, 2030, 168–179. https://doi.org/10.1007/978-3-031-53731-8_14
- Gell, S., Engel, E., Heiss, R., Karsay, K., & Schmidhofer, J. (2024). Marketing or health

- promotion? A citizen science study of social media influencers' health content. *European Journal of Public Health*, 34(Supplement), 433–434.
- Geller, K. S., M Capito, A., & T Marsh, Z. (2024). Physical activity and sedentary behaviors and the impact on college student's stress, depression, and anxiety. *MOJ Sports Medicine*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.15406/mojism.2024.07.00154>
- George, B., & Ravola, M. (2024). Fighting Fire with Fire: Reclaiming Social Media to Promote Healthy Eating Behaviors among Children. *Health Economics and Management Review*, 5(3), 40–52. <https://doi.org/10.21272/HEM.2024.3-03>
- Gersten, Z. P., & Anderson, O. S. (2024). Hungry for nutrition information: Undergraduate students' engagement with nutrition social media nutrition content. *Nutrition and Health*. <https://doi.org/10.1177/02601060241288282>
- Ghahramani, A., de Courten, M., & Prokofieva, M. (2022). "The potential of social media in health promotion beyond creating awareness: an integrative review." *BMC Public Health*, 22(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14885-0>
- Gupta, D., Gupta, A. A., Kumar, A., Baghel, M. S., & Tiwar, A. (2024). Socially Connected Learning Harnessing Digital Platforms for Educational Engagement. *Advances in Educational Technologies and Instructional Design Book Series*, 210–228. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-5370-7.CH010>
- Jia, X., Ahn, S., Seelig, M. I., & Morgan, S. E. (2024). The Role of Health Belief Model Constructs and Content Creator Characteristics in Social Media Engagement: Insights from COVID-19 Vaccine Tweets. *Healthcare (Switzerland)*, 12(18), 1845. <https://doi.org/10.3390/HEALTHCARE12181845/S1>
- Kanchan, S., & Gaidhane, A. (2023). Social Media Role and Its Impact on Public Health: A Narrative Review. *Cureus*, 15(January 2022), 1–10. <https://doi.org/10.7759/cureus.33737>
- Kovalova, O. (2024). The positive impacts of incorporating social media into adolescent social practices. *InterConf*, 45(201), 309–314. <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.05.2024.030>
- Liuccio, M. (2015). Gender, health, and communication. *Journal of Communication in Healthcare*, 8(1), 5–6. <https://doi.org/10.1179/1753806815Z.000000000104>
- Malloy, R. R. and J. (2023). Evolving Role of Social Media in Health Promotion. In B. S. Garg (Ed.), *Health Promotion - Principles and Approaches*. <https://www.intechopen.com/books/advanced-biometric-technologies/liveness-detection-in-biometrics>
- Mere, K., Puspitasari, D., Asir, M., Rahayu, B., & Mas'ud, M. I. (2024). Peran Konten Interaktif dalam Membangun Keterlibatan Konsumen dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan pada Platform Media Sosial dan Situs Web Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5455–5556. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9361>
- Nikoloudakis, I. A., Vandelanotte, C., Rebar, A. L., Schoeppe, S., Alley, S., Duncan, M. J., & Short, C. E. (2018). Examining the Correlates of Online Health Information–Seeking Behavior Among Men Compared With Women. *American Journal of Men's Health*, 12(5), 1358–1367. <https://doi.org/10.1177/1557988316650625>
- Petkovic, J., Duench, S., Trawin, J., Dewidar, O., Pardo Pardo, J., Simeon, R., DesMeules, M., Gagnon, D., Hatcher Roberts, J., Hossain, A., Pottie, K., Rader, T., Tugwell, P., Yoganathan, M., Presseau, J., & Welch, V. (2021). Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 2021(5). https://doi.org/10.1002/14651858.CD012932.PUB2/MEDIA/CDSR/CD012932/IMAGE_N/NCD012932-CMP-001.13.SVG
- Pope, Z. C., & Gao, Z. (2020). Feasibility of smartphone application- and social media-based

- intervention on college students' health outcomes: A pilot randomized trial. *Journal of American College Health*, 70(1), 1–10. <https://doi.org/10.1080/07448481.2020.1726925>
- Price, M., Boluk, K., Neiterman, E., & Kirkpatrick, S. (2024). Students' and Instructors' Perceptions of the Benefits and Drawbacks of Using a Twitter-based Assignment in an Undergraduate Public Health Nutrition Course. *The Canadian Journal for the Scholarship of Teaching and Learning*, 15(1). <https://doi.org/10.5206/cjsotlracea.2024.1.10777>
- R. Santos, R., Santos, O., & Gaspar de Matos, M. (2023). Determinants of adherence to COVID-19 vaccine | Fact-sheets collection from the Portuguese COVID-19 pandemic Task Force on Behavioral Sciences. *The Psychologist: Practice & Research Journal*, 5(1), 2020–2023. <https://doi.org/10.33525/pprj.v5i1.134>
- Ray, S., & Pareek, A. (2023). Social Communication Influencing Behavior Modulations for the Management of Lifestyle Diseases - A Cross-sectional Study amongst the College Goers. *Acta Universitatis Bohemiae Meridionalis*, 26(2), 80–94. <https://doi.org/10.32725/acta.2023.010>
- Rowe, S., & Alexander, N. (2020). Social Media: Facilitator or Roadblock to Nutrition and Other Science Communication? *Nutrition Today*, 55(6), 266–269. <https://doi.org/10.1097/NT.0000000000000444>
- Turner, K. K., & Gonzalez, J. M. (2024). Classroom mental wellness exercise improves wellness domains. *Journal of Animal Science*, 102(Supplement_3), 415–416. <https://doi.org/10.1093/JAS/SKAE234.473>
- Udoudom, U., Okon, E., Pam, C., & Brown, G. (2024). Multimedia Messaging for Social Change: Assessing the Impact of Multimedia Integration in Development Communication Campaigns. *Journal of Community Service and Society Empowerment*, 2(02), 158–179. <https://doi.org/10.59653/JCSSE.V2I02.581>
- Vainshelboim, B., Bopp, C. M., Wilson, O. W. A., Papalia, Z., & Bopp, M. (2019). Behavioral and Physiological Health-Related Risk Factors in College Students. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 15(3), 322–329. <https://doi.org/10.1177/1559827619872436>
- Wadhwa, C., Thakker, H., Kaushik, V., Manjunath, H. R., Goyal, S., Thakkar, A., & Grover, M. (2024). Study on Assessing the Evolution of Nutritional Choices through Social Media Influence. *Evolutionary Studies in Imaginative Culture*, 8(2 Special Issue 2), 860–869. <https://doi.org/10.70082/esiculture.vi.1084>
- Wang, Y. (2019). Impact of Social Media on Public Health. *Annals of Social Sciences & Management Studies*, 3(2), 38–40. <https://doi.org/10.19080/asm.2019.03.555608>
- Xu, C., Wong, D. W., & Yang, C. (2013). Evaluating the “geographical awareness” of individuals: an exploratory analysis of twitter data. *Cartography and Geographic Information Science*, 40(2), 103–115. <https://doi.org/10.1080/15230406.2013.776212>