

PENGGUNAAN *CYBERSPACE* DALAM KOMUNIKASI KESEHATAN DI ERA PANDEMI

USE OF CYBERSPACE IN HEALTH COMMUNICATIONS IN THE PANDEMI ERA

Welda Yulia¹, Ernita Arif², Asmawi³, Elva Rona Ningroem⁴

^{1,2,3,4}Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi UNAND Padang
Jalan Situjuh Nomor 1, Padang, Indonesia

Email : weldayulia@gmail.com¹

Abstrak – Pada masa pandemi komunikasi kesehatan yang baik perlu dilakukan dalam bentuk penyampaian informasi yang jelas, akurat, cepat dan meminimalkan resiko penularan Covid-19 saat ini. Salah satunya melakukan promosi kesehatan dengan cara non konvensional melalui dunia maya yang sekaligus merupakan praktik dalam industry komunikasi 4.0. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *cyberspace* dalam promosi kesehatan, yang merupakan salah satu strategi komunikasi kesehatan dalam menyampaikan informasi terkait Covid-19. Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan studi literatur terkait dengan *cyberspace* masa pandemi, Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cyberspace* dalam komunikasi kesehatan mampu meningkatkan pemahaman dan pengetahuan khalayak tentang kesehatan serta dalam memelihara dan meningkatkan kesehatannya seperti saling memberikan motivasi dengan menceritakan pengalaman positif antar sesama pencari informasi kesehatan. Penggunaan *cyberspace* ini dalam komunikasi kesehatan mempunyai beberapa kelemahan yakni mudahnya masyarakat terpapar hoaks. Diharapkan tenaga kesehatan dapat memberikan informasi berkualitas dan mengklarifikasi hoaks.

Kata Kunci: *Cyberspace*, Komunikasi, Kesehatan, Pandemi.

Abstract – *During the current pandemic, good health communication needs to be carried out to deliver clear, accurate, fast information and minimize the risk of Covid-19 transmission. It is carrying out health promotion in non-conventional ways through cyberspace which is also a practice in the communication industry 4.0. This study aims to analyze how to use cyberspace in health promotion, one of the health communication strategies in conveying information related to Covid-19. The research method was conducted using literature studies related to cyberspace during the pandemic. The study results stated that cyberspace in health communication was able to increase understanding, public knowledge about health, maintain and improve their health, and then give each other motivation by telling positive experiences among fellow health information seekers. The use of cyberspace in health communication has several weaknesses, namely, it is easy for people to be exposed to hoaxes. Health workers need to provide quality information and clarify hoaxes to avoid scams.*

Keywords: *Cyberspace, Communication, Health, Pandemic.*

PENDAHULUAN

Pada era digital seperti ini, masyarakat memiliki kebebasan dalam kepemilikan akun pribadi yang menjadi wadah untuk menyalurkan aspirasi mereka baik melalui lisan, media cetak, maupun media elektronik/ *online*. Namun jika penggunaannya tidak terkontrol akan memberi dampak negatif bagi masyarakat. Dalam *cyberspace*/ media sosial kita seringkali menjumpai pola kejahatan baru yang dapat memengaruhi khalayak yaitu informasi palsu atau hoaks. Kejahatan hoaks dapat di kategori sebagai *cybercrime*. *Cybercrime* merupakan tindak kejahatan yang dilakukan oleh oknum tertentu dengan

menggunakan teknologi komputer khususnya melalui internet atau media elektronik (Chumairoh, 2020).

Begitupun halnya dengan desas desus Covid-19, sudah tak terhitung lagi betapa banyaknya beredar informasi palsu yang meresahkan publik. Sebagaimana kita ketahui bahwa Covid-19 atau Virus Corona merupakan virus yang menyerang sistem pernapasan manusia, ada beberapa gejala yang dialami penderitanya yaitu seperti batuk, pilek, demam, sakit tenggorokan, sulit bernafas, dan merasa mudah lelah. Penyebaran virus yang begitu cepat ini juga menjadikan beban psikis, mental, hingga

kekhawatiran yang berlebihan akan bahayanya. (Chumairoh, 2020).

Selain itu kekhawatiran akan penyebaran virus corona tersebut juga membuat masyarakat untuk enggan datang ke fasilitas kesehatan karena takut tertular. Banyak berita yang simpang siur di masa pandemi. Hal ini sesuai dengan hasil survey WHO pada 155 Negara pada bulan Mei 2020 yang menyatakan bahwa terjadinya gangguan layanan pencegahan dan pengobatan penyakit tidak menular pada 53% negara sejak terjadinya pandemi. Selanjutnya terjadinya penundaan skrining publik pada 50% negara. Semua itu terjadi karena masyarakat enggan datang ke fasilitas kesehatan pada masa pandemi. Begitu pula survei singkat yang dilakukan Markplus menyatakan dari 110 responden terdapat 71.8% mengaku tidak pernah berkunjung ke Rumah Sakit sejak pandemi, 64.5% memilih berdiam di rumah memulihkan kesehatannya dengan beristirahat dan mengkosumsi makan sehat (Uswa, 2021). Di sini lah peranan komunikasi kesehatan dalam memberikan pendidikan kesehatan agar masyarakat tidak terjebak dalam ketakutannya sendiri.

Komunikasi kesehatan dapat diartikan sebagai upaya penggunaan prinsip dan metode komunikasi secara sistematis untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan khalayak. Komunikasi dimaksud dilakukan secara interpersonal, kelompok maupun massa (Notoatmodjo, 2007).

Komunikasi kesehatan memiliki tujuan dalam hal memicu berubahnya perilaku kesehatan masyarakat ke arah yang lebih baik, kemudian berdampak pada peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Pemanfaatan komunikasi kesehatan memang harus selalu ditingkatkan demi menyukseskan kesehatan masyarakat. Ilmu komunikasi memiliki peranan yang penting pada semua analisis mengenai upaya meningkatkan kualitas hidup manusia, terutama strategi komunikasi dalam penyebarluasan informasi – informasi kesehatan (Notoatmodjo, 2007).

Bahasan dalam komunikasi kesehatan mencakup tentang preventif, promosi kesehatan, kebijaksanaan pemeliharaan kesehatan, aturan usaha pada sektor kesehatan kesehatan. Pada hal ini komunikasi kesehatan selalu mempertimbangkan ilmu pengetahuan dan etika (Liliweri, 2007).

Komunikasi kesehatan mencakup pemanfaatan teknik komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan serta mengubah kognitif, afektif dan psikomotor masyarakat terkait kesehatan individunya. Perihal ini dapat terlihat melalui promosi kesehatan yang berupaya untuk mengubah dan mendorong perilaku sehat, menumbuhkan kesadaran, dan perubahan perilaku ke arah yang positif.

Pada situasi pandemi sangat penting penyampaian informasi dalam mengedukasi kesehatan melalui promosi kesehatan. Ada beberapa hal yang menjadi pembahasan promosi kesehatan pada masa pandemi di antaranya meliputi Germas masa pandemi, PHBS, trik pemeliharaan kesehatan, serta kuratif.

Pemanfaatan media komunikasi/teknologi digital pada masa pandemi akan memudahkan kita dalam promosi kesehatan dalam hal menjangkau khalayak sebagai sasaran program kesehatan. Contohnya banyaknya pemanfaatan baliho, iklan, kampanye berisikan pesan mematuhi protokol kesehatan era pandemi.

Tenaga kesehatan memiliki peranan penting dalam mengedukasi keluarga dan masyarakat saat ini. Sistem penyuluhan kesehatan/promosi kesehatan dapat dilakukan dengan menggunakan media konvensional seperti tatap muka langsung, melalui radio, media cetak dan lain- lain. Selain itu promosi kesehatan ini dapat dilakukan dengan cara non konvensional seperti melalui dunia maya (*cyberspace*). Promosi kesehatan dengan cara non konvensional melalui dunia maya ini dianggap cocok dengan situasi industry komunikasi 4.0 dan salah satunya mampu meminimalkan resiko penularan Covid-19 sesuai situasi saat ini. Dengan meminimalkan promosi/ penyuluhan tatap muka dapat mengurangi resiko penyebaran Covid-19.

Pada dasarnya promosi kesehatan merupakan penerapan komunikasi massa. Komunikasi massa dapat diartikan sebagai upaya penyebaran informasi dan pesan – pesan melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sementara massa sendiri lebih diartikan sebagai *receiver* (Purwoastuti, 2015). Hal ini dapat diasumsikan bahwa pembentukan sikap dan perilaku *receiver* dipengaruhi oleh media massa (Nurudin, 2004).

Pada zaman sekarang, peradaban manusia sudah

melalui berbagai macam era, salahsatunya yaitu era komunikasi. Era komunikasi adalah sebuah era di mana aktivitas informasi mendominasi kegiatan ekonomi dan kehidupan masyarakat. Perubahan ini menunjukkan bahwa perekonomian di berbagai Negara, yang tadinya berlandaskan pada sector industri, kini bergeser ke sector informasi. Masyarakat sudah mendapatkan informasi dan mampu mencari informasi sendiri melalui yang namanya *cyberspace* (Elvinaro, 2004).

McLuhan berpendapat bahwa teknologi media telah melahirkan resolusi dalam masyarakat karena efek ketergantungan teknologi tersebut. Pendapat McLuhan ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara teknologi, media dan masyarakat. Eksistensi kehidupan manusia saat ini ditentukan juga oleh peranan teknologi dan media. Cara berpikir dan berperilaku manusia ditentukan oleh perkembangan teknologi. Bahkan teknologi akhirnya mampu menggiring manusia menyesuaikan diri dengan setiap perkembangan teknologi, termasuk teknologi informasi melalui *cyberspace* (Nurudin, 2007).

Pada *web* resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dapat dilihat pada tanggal 3 Maret 2020 terjadi peningkatan kunjungan *website* sebanyak 300 % dari sebelumnya dengan rata-rata pengunjung 3.500-4.500 per hari. Sementara pada tayangan meningkat 400 %, dengan rata-rata 9.000 tayangan per hari. Kunjungan dan tayangan tersebut melalui *Instagram, Facebook dan Twitter* (Kemenkes RI, 2020). Hal inilah yang menjadi peluang bagi tenaga kesehatan serta memanfaatkan dalam melakukan promosi kesehatan dengan menggunakan *cyberspace*. Selain itu juga berpeluang dalam memutus penularan Covid-19.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu penelitian Irwansyah (2016) yang menjelaskan tentang aktivitas *cyber public relation* pada RS Advent Bandung (Irwansyah & Yuliati, 2016). Selanjutnya penelitian yang dilakukan Leonita (2018) tentang peranan media sosial dalam upaya promosi kesehatan yang menyatakan bahwa media sosial berkontribusi positif terhadap upaya promosi kesehatan (Emi Leonita & Jalinus, 2018). Berikutnya penelitian Rahmadiana

(2012) tentang komunikasi kesehatan sebuah tinjauan yang menyatakan bahwa ada beberapa ragam komunikasi kesehatan yaitu media advokasi, media massa, media *entertainment* dan internet (Rahmadiana, 2012). Namun penelitian terdahulu tersebut berbeda dengan penelitian ini dari segi metode dan pembahasan. Metode pada penelitian terdahulu tersebut hanya mendiskripsikan bagaimana aktivitas *cyber public relation* dengan observasi tanpa ada menjelaskan tentang jenis dari *cyberspace* yang digunakan. Selain itu penelitian ini lebih merangkum hasil-hasil penelitian baik d luar negeri maupun dalam negeri tentang urgensi pemanfaatan *cyberspace*, jenisnya serta kelebihan dan kekurangannya. Selain itu pada penelitian ini sumber informasi dalam mendapatkan data kualitatif yaitu bersumber pada jurnal internasional bereputasi dan jurnal nasional yang terakreditasi sehingga dengan informasi pada hasil penelitian ini bermanfaat bagi komunikator (tenaga kesehatan) dalam memanfaatkan *cyberspace* pada masa pandemi.

Berdasarkan hal tersebut di atas, adapun rumusan masalah penelitian ini adalah “bagaimana penggunaan *cyberspace* dalam komunikasi kesehatan di era pandemi?”. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *cyberspace* dalam komunikasi kesehatan di era pandemi yang dapat menjadi pedoman bagi tenaga profesional kesehatan dalam melakukan promosi kesehatan pada masa sulit pandemi.

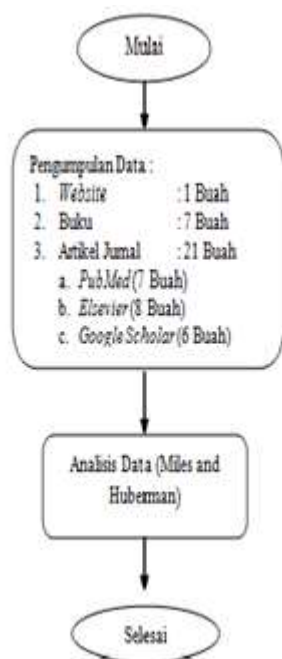
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur yaitu dengan melakukan tinjauan sistematis dalam menganalisis penggunaan *cyberspace* dalam komunikasi kesehatan pada masa pandemi. Kajian ini dimulai dengan pencarian literatur yang relevan dengan topik penelitian. Adapun kata kunci yang digunakan dalam penelusuran adalah “*komunikasi kesehatan dan cyberspace*”, “*health communication and social media*”, “*social media of health promotions*”, serta “*health promotion and website*”.

Kata kunci ini kemudian digunakan untuk mencari literatur yang relevan di database *google scholar, PubMed dan Elsevier*. Hasil pencarian menggunakan kata kunci dan kriteria batasan diperoleh 85 artikel. Dari 85 artikel tersebut disaring

dan akhirnya diperoleh 21 artikel jurnal yang relevan dengan topik yang dikelompokkan menjadi 9 jurnal internasional, 12 jurnal nasional tentang urgensi pemanfaatan *cyberspace* dalam promosi kesehatan, 5 jurnal internasional tentang jenis *cyberspace* yang digunakan dalam promosi kesehatan dan 4 jurnal internasional, 1 jurnal nasional tentang kelemahan penggunaan *cyberspace* dalam promosi kesehatan

Analisis data kualitatif adalah tahapan dalam menganalisa data, mengorganisir data, membagi data sehingga dapat diolah, mensintesis, menentukan pola, menemukan hal yang penting serta menentukan informasi penting dan berbeda yang akan disampaikan dari hasil penelitian (Moleong, 2013). Ada 3 alur kegiatan analisis menurut Miles dan Huberman yaitu: reduksi data adalah tahapan menyaring data mentah yang didapat dari referensi yang relevan dan di kategorikan sesuai dengan topik pembahasan. Berikutnya penyajian data merupakan tahapan menentukan dan memasukkan data kualitatif ke dalam matriks data sesuai pembahasan, dan selanjutnya penarikan kesimpulan/verifikasi yang merupakan tahapan mengambil kesimpulan dari seluruh data yang ditemukan. Adapun alur dari penelitian studi literatur ini dapat tergambar pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1 Alur Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dunia maya atau disebut juga ruang siber atau mayantara; bahasa Inggris: *cyberspace*) yaitu media elektronik yang berhubungan dengan komputerisasi yang dimanfaatkan dalam proses komunikasi baik komunikasi searah maupun dua arah secara *online* (terhubung langsung). Dunia maya ini berupa perpaduan cara kerja dari berbagai peralatan teknologi komunikasi dan komputerisasi (sensor, transduser, koneksi, transmisi, prosesor, signal, pengontrol) yang mampu menyambungkan ke alat komunikasi (komputer, telepon genggam, instrumentasi elektronik, dan lain-lain) sehingga terjadi penyebaran informasi di seluruh penjuru dunia secara timbal balik.

Dari hasil penelusuran artikel jurnal ada 21 artikel jurnal yang relevan dan dibagi sesuai topik ruang lingkup penelitian ini, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1 Deskripsi Publikasi yang Relevan

No	Topik	Jurnal/Penulis	Tahun	Ket
1	Promosi Kesehatan	• Jurnal Psikogenesis Vol 1 (1)/M.Rahmadi ana	2016	
		• Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi, 18(2)/E. Leonita & Jalinus	2018	
		• Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, 22(1)/D. Prasanti		
2	Urgensi Pemanfaatan Cyberspace dalam Promosi Kesehatan	• Procedia Social and Behavioral Sciences, 237/C. Ortega & Navas	2017	
		• American Behavioral Scientist, 48(2)/Linda J. Bergsma	2011	
		• Families, Systems & Health, 29(1)/G. Bacigalupe	2014	
			2006	

	<ul style="list-style-type: none"> • Health Promotion International, 14(1)/ Korda & Itani 2016 • Procedia Technology, 16/Melzner 2017 • Dermatol Clin, 10./Skinner et all 2016 • American Journal of Preventive Medicine, 50(1)/Rider et all 2016 • Kesmas, 7(2)/ S. Wibowo & Suryani • Inovasi Vokasional Dan Teknologi, 17(2)/Andrizal &Arif • Communication s Journal of the American College of Radiology, 13(12)/L. Kristopher & Reicher • Hubungan Masyarakat Gelombang 1/F.Irwansyah • Dermatol Clin, 27/K. Vance 2008 • Computers in Human Behavior, 29/H.J Oh et all 2013 • Journal of Health Education Teaching, 7(1)/ E.A Fettrow 2016
3	<p>Jenis Cyberspace yang Digunakan dalam Promosi Kesehatan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Health Promotion International, 14(1)/ Korda & Itani 2016 • WOCN, 30/Boyington
4	<p>Kelemahan Penggunaan Cyberspace dalam Promosi Kesehatan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Health Promotion International, 18(4)/M. Benigeri 2017 • Cogent Social Sciences, 3/Jacobs, Et.All 2011 • American Journal of Health Educations, 42(4)/C. Hason 2016 • Hubungan Masyarakat Gelombang 1/F.Irwansyah 2003

Promosi Kesehatan

Promosi kesehatan dianggap sebagai upaya dalam melakukan perbaikan kesehatan: mewujudkan kemajuan, menggalang dukungan, menstimulus dan individu maupun kelompok dan massa (Simnett, 1994). Menurut Notoatmodjo (2007) promosi kesehatan pada dasarnya yaitu suatu upaya menyampaikan informasi kesehatan kepada khalayak baik secara kelompok atau personal. Dalam melaksanakan promosi kesehatan ada 3 jenis target yang menjadi sasaran yaitu (1) sasaran utama/ primer, (2) sasaran kedua/ sekunder dan (3) sasaran tersier (Ginting & Et.al, 2011).

Promosi kesehatan adalah salah satu program kesehatan yang disusun untuk menciptakan perubahan ke arah lebih baik seperti terjadinya perbaikan perilaku dalam tatanan sosial kemasyarakatan maupun organisasi masyarakat. Ada beberapa strategi diperlukan dalam mewujudkan promosi kesehatan yaitu :

Advokasi, yaitu pelibatan pihak berpengaruh dan penentu kebijakan dalam upaya penyampaian informasi kesehatan.

Dukungan sosial, sesuatu hal termasuk promosi kesehatan akan lebih mudah dilakukan jika berbagai elemen mendukung kegiatan tersebut. Dukungan ini terdiri dari dukungan tokoh formal maupun informal.

Pemberdayaan masyarakat (*empowerment community*), hal ini merupakan upaya dari masyarakat sendiri dalam menjaga dan upaya peningkatan kesehatannya. Hal tersebut dilakukan dengan proses penyuluhan kesehatan (Rahmadiana, 2012)

Sedangkan menurut Emi tahun 2018, promosi kesehatan ini dijelaskan sebagai upaya yang dilakukan untuk menumbuhkan motivasi masyarakat agar mereka mau dan mampu menjaga dan meningkatkan kesehatannya (Emy Leonita & Jalinus, 2018).

Berdasarkan argumen di atas dapat disimpulkan bahwa promosi kesehatan itu sebagai upaya dan usaha dalam menyampaikan pesan-pesan yang berhubungan dengan kesehatan melalui strategi advokasi, dengan memanfaatkan dukungan semua elemen serta pemberdayaan masyarakat agar mereka sadar dan

mampu menjaga serta terwujud peningkatan kesehatannya.

Dalam komunikasi kesehatan terdapat beberapa hambatan yaitu sebagai berikut: 1) sekaitan dengan pendidikan masyarakat selaku komunikan dalam kegiatan promosi kesehatan; (2) budaya; (3) psikologis masyarakat (komunikan) (Prasanti, 2018)

Urgensi Pemanfaatan *Cyberspace* dalam Promosi Kesehatan

Dari literatur yang didapatkan ada beberapa dasar sehingga dianggap urgensinya pemanfaatan *cyberspace* ini dalam promosi kesehatan yaitu sebagai berikut : menurut C. Ortega dan Navas (2017) pemanfaatan teknologi berupa media sosial dapat memicu peningkatan pengetahuan masyarakat tentang *preventif* penyakit, pemanfaatan akses kesehatan, perilaku patuh terhadap pengobatan dan partisipasi dalam menentukan keputusan kesehatannya (Ortega & Navas, 2017). Kemudian dengan penggunaan media dunia maya mampu meningkatkan *social support* serta berbagi dukungan dengan orang lain sehingga masyarakat dengan sadar secara spontan berbagi hal yang baik sekaitan dengan perubahan perilaku untuk menjadi sehat yang dialaminya (Linda J. Bergsma, 2004).

Berikutnya pemanfaatan *cyberspace* sebagai media promosi kesehatan mampu mewujudkan peningkatan akses masyarakat terhadap pesan kesehatan dan m pengalaman positifnya (Bacigalupe, 2011), dengan arti kata melalui dunia maya atau media sosial ini mampu saling melengkapi promosi kesehatan metode konvensional yang telah dilakukan selama ini.

Lalu dari segi komponen dunia maya atau media sosial ini lebih unggul dalam hal jangkauan dan interaktivitasnya yang luas (Korda & Itani, 2013). Selain itu menurut Melzner (2014), promosi kesehatan menggunakan *cyberspace* ini dapat diakses di tempat kerja terutama tentang kesehatan kerja karyawan (Melzner & Al, 2014).

Berdasarkan hasil riset dijelaskan juga bahwa ditemukan hal menarik dalam penggunaan *social media* dalam upaya dalam mencegah penyakit seperti upaya berhenti merokok melalui situs kesehatan dan *twitter*(Skinner & Et.al, 2006). Kemudian peningkatan

pengetahuan remaja tentang kesehatan reproduksi melalui penggunaan media sosial sebagai sumber

informasi (Rider & Et.al, 2016). Lalu pada penelitian Surya Wibowo tahun 2017 mendapatkan hasil penelitian memang ada pengaruh promosi kesehatan dengan cara mengunggah video pada media sosial terhadap pengetahuan pengguna MSG pada ibu rumah tangga (Wibowo & Suryani, 2017).

Selanjutnya berdasarkan riset juga dikatakan bahwa situs jejaring sosial lainnya yang banyak dikunjungi adalah *web* kesehatan, *facebook* sebagai tempat pencarian informasi kesehatan bagi masyarakat (A. Andrizal & A.Arif, 2017).

Berikutnya melalui media online kesehatan komunitas klinik rumah sakit berhasil meningkatkan citra rumah sakit dengan cara ini (Kristopher & Reicher, 2016). Selain itu sesuai penelitian yang dilakukan Firman Tahun 2016 dijelaskan juga bahwa PRO RS Advent Bandung juga sudah menggunakan aktivitas *Cyber* ini dalam membentuk opini dan sikap publik terhadap RS (Irwansyah & Yuliati, 2016).

Dari seluruh literatur yang ditemukan bahwa dengan menggunakan *cyberspace* dalam melakukan promosi kesehatan dapat berkontribusi positif terhadap tujuan dari promosi kesehatan itu dilakukan. Selain itu penggunaan *cyberspace* ini dapat melengkapi dan menyempurnakan promosi kesehatan konvensional yang sudah dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu sebagai tenaga profesional bidang kesehatan diharapkan mampu juga mengkolaborasikan metode promosi kesehatan konvensional dan nonkonvensional, dengan cara mengintegrasikan promosi kesehatan dengan *cyberspace*.

Jenis *Cyberspace* yang Digunakan dalam Promosi Kesehatan

Era digital saat ini yang dikenal dengan era 4.0 menjadikan masyarakat semakin peka terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Termasuk dalam hal pencarian informasi kesehatan bagi masyarakat sudah menggunakan dunia maya sebagai sumber informasinya. Situs *web* pada saat ini dianggap ampuh dalam menyebarkan informasi dan mendukung promosi kesehatan. Semua itu dapat diakses secara online seperti *youtube*, *facebook*,

twitter, blog dan lain-lain. Penjabaran mengenai media tersebut terlihat pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik Jenis *Cyberspace* yang Digunakan dalam Promosi Kesehatan.

Jenis <i>Cyberspace</i>	Karakteristik	Ket
<i>Youtube</i>	<ol style="list-style-type: none"> Dilihat oleh banyak orang (lebih dari 100 juta video dilihat/ hari) <i>Youtube</i> mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi pribadi dalam masyarakat dalam mengambil keputusan sekaitan dengan kesehatan (Vance & Et.al, 2008). 	
<i>Facebook</i>	<ol style="list-style-type: none"> Digunakan jutaan orang per hari untuk terlibat dan saling berinteraksi satu sama lainnya. Media ini menyediakan cara langsung dan <i>privacy</i> dalam menyampaikan informasi – informasi. <i>Facebook</i> banyak digunakan oleh khalayak saat ini sehingga menjadi media sosial yang paling populer diantara yang lainnya. Pada <i>facebook</i> terjadi hubungan positif dan timbal balik antara sesama pencari informasi (Oh & et.al, 2013). 	
<i>Twitter</i>	<ol style="list-style-type: none"> Twitter merupakan situs <i>mikroblog</i> paling populer di Amerika Serikat. Jangkauan sangat tinggi di kalangan generasi muda. Pengiriman pesan 	

singkat dibatasi 140 karakter sehingga memudahkan pengguna merespon secara cepat dan mudah.

- Keaktifan pengguna *twitter* lebihdominan dalam hal menerima, mengirim maupun mengirim ulang pesan atau informasi (CDC, 2011).
- Sasaran pengguna adalah pelajar, mahasiswa, guru/ dosen kesehatan, para profesional kesehatan (Fettrow, 2016).

Blog

- Blog* dapat diartikan sebagai wujud tulisan yang ada pada aplikasi *web*.
- web* ini dapat digunakan dan ditelusuri oleh semua orang yang mengakses berdasarkan keperluan dan kebutuhan serta tujuan dari para *blogger*(CDC, 2011).

Dari beberapa karakteristik jenis *cyberspace* yang digunakan dalam promosi kesehatan di atas dapat kita pilih jenis yang sesuai dengan kondisi dan situasi yang kita alami. Setiap tenaga profesional kesehatan sebaiknya mampu mengkolaborasi promosi kesehatan dengan salah satu jenis *cyberspace* yang mempunyai ciri khas/ karakteristik yang unik masing-masing jenis tersebut.

Kelemahan Penggunaan *Cyberspace* dalam Promosi Kesehatan

Berikutnya ada beberapa kelemahan dari penggunaan *cyberspace* dalam promosi kesehatan berdasarkan literatur yang telaah. Kelemahan-kelemahan tersebut adalah sebagai berikut :

Pasifnya pencari informasi pada negara berkembang, hal ini menyebabkan informasi yang *dipublish* tidak diakses oleh masyarakat, termasuk kurangnya akses masyarakat terkait dengan *blankspot* (Benigeri & Pluye, 2010).

Informasi yang disebar pada *web* beresiko tidak akurat dan informasi tidak berimbang. Hal ini disebabkan semua orang yang bisa mengakses internet mempunyai hak untuk menyebarkan informasi. Terkadang orang yang tidak kompeten pada bidang kesehatan juga menyebarkan informasi (Jacobs & Et.al, 2017). Dalam hal ini sangat perlu literasi media bagi masyarakat.

Informasi pada dunia maya terdapat beberapa yang teridentifikasi berita palsu. Sehingga ini berdampak negatif terhadap perilaku masyarakat termasuk juga akan berdampak terhadap hasil kesehatan yang buruk (Benigeri & Pluye, 2010). Menyikapi hal ini diperlukan penjelasan dari pihak berwenang terhadap konten mediana sehingga masyarakat dapat berita yang benar – benar bermanfaat.

Minimnya kemampuan dari tenaga profesional kesehatan dalam mengoperasikan dunia maya (media sosial) sebagai penyebar informasi (Hason & Et.al, 2011). Selain itu sesuai dengan penelitian Firman tahun 2016, rendahnya kualitas SDM tenaga PRO RS Advent Bandung juga merupakan kelemahan penggunaan *cyberspace* dalam dunia kesehatan (Irwansyah & Yuliati, 2016)

Rendahnya interaktif antara tenaga profesional dan pencari informasi, masyarakat tidak tertarik mengakses situs tersebut, sehingga promosi kesehatan menggunakan dunia maya tidak berlanjut dan berkesinambungan (Boyington & Et.al, 2003).

Dari beberapa kelemahan penggunaan *cyberspace* dalam promosi kesehatan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kelemahan yang terkait dengan SDM tenaga kesehatan profesional perlu peningkatan SDMnya melalui upaya pelatihan, TOT dan lain sebagainya. Selanjutnya untuk mengcounter isu palsu dan tidak akurat sangat diperlukan penanaman literasi media bagi masyarakat saatD melakukan promosi kesehatan konvensional. Selain itu untuk menumbuhkan ketertarikan masyarakat untuk mengakses informasi kesehatan tersebut diperlukan pendekatan khalayak masing – masing dengan menyajikan konten menarik bagi masyarakat. Dalam hal ini sangat dituntut keahlian dan kecakapan tenaga profesional kesehatan dalam mengkolaborasikan promosi kesehatan konvensional

dan mengintegrasikan media sosial (dunia maya) dalam promosi kesehatan.

KESIMPULAN

Pada masa pandemi saat ini saat dibutuhkan penyampaian informasi yang jelas, akurat, cepat dan meminimalkan resiko penularan Covid-19. Dunia maya mampu menjawab permasalahan promosi kesehatan pada era pandemi. Karena ada beberapa kelebihan dari penggunaan *cyberspace* ini dalam promosi kesehatan. Melalui *cyberspace* dapat menyentuh langsung sasaran dalam jangkauan yang luas. Hasil-hasil penelitian pun menerangkan bahwa dengan menggunakan *cyberspace* dalam promosi kesehatan mampu meningkatkan pemahaman, pengetahuan khalayak untuk memelihara dan meningkatkan kesehatannya serta saling memotivasi dengan pengalaman positif antar sesama pencari informasi kesehatan. Ada beberapa jenis *cyberspace* yang dapat digunakan dalam komunikasi kesehatan di antaranya *youtube*, *facebook*, *twitter*, *blog* dan lain-lain.

Namun dibalik semua itu tentu saja penggunaan *cyberspace* ini dalam promosi kesehatan mempunyai beberapa kelemahan-kelemahan. Solusi dari kelemahan tersebut dapat diatasi dengan cara :peningkatan SDM tenaga kesehatan profesional melalui upaya pelatihan, TOT dan lain sebagainya. Selanjutnya untuk mengcounter berita palsu diperlukan penanaman literasi media pada masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan demi selesainya penelitian dengan studi literatur ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Andrizar, & A.Arif. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Pada Sistem E-learning Universitas Negeri Padang. *Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 17(2), 1–10.
- Bacigalupe, G. (2011). Is There a Role for Social Technologies in Collaborative Healthcare. *Families, Systems & Health*, 29(1), 1–14.

- Benigeri, M., & Pluye, P. (2010). Shortcomings of Health Information On The Internet. *Health Promotion International*, 18(4).
- Boyington, A. R., & Et.al. (2003). Analysis of Interactive Continence Health Information on the Web. *WOCN*, 30, 280–285.
- CDC. (2011). *The Health Communicator's Social Media Toolkit*. Office Of The Associate Director For Communication.
- Chumairoh, H. (2020). Ancaman Berita Bohong di Tengah Pandemi Covid-19. *Vox Populi*, 3(1), 22–30.
- Elvinaro, A. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fettrow, E. A. (2016). Health Education in the Twitosphere: Will You Follow? *Journal of Health Education Teaching*, 7(1), 15–22.
- Ginting, M., & Et.al. (2011). *Promosi Kesehatan Di Daerah Bermasalah Kesehatan: Panduan Bagi Petugas Kesehatan Di Puskesmas*. Jakarta.
- Hason, C., & Et.al. (2011). Use and Acceptance of Social Media among Health Educator. *American Journal of Health Educations*, 42(4).
- Irwansyah, F., & Yuliati, N. (2016). Aktivitas Cyber Public Relations RS Advent Bandung. *Hubungan Masyarakat Gelombang 1*, 10–32, Bandung.
- Jacobs, & Et.al. (2017). Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behavior among US adults. *Cogent Social Sciences*, 3.
- Kemenkes RI. (2020). *Performa Website Promkes tentang Penyebaran Informasi Terkait Covid-19*. Retrieved December 10, 2020.
- Korda, & Itani. (2013). Health Promotions Practice. *Health Promotion International*, 14(1), 15–23.
- Kristopher, L., & Reicher, M. A. (2016). Web Application for Patient. *Communications Journal of the American College of Radiology*, 13(12).
- Leonita, Emi, & Jalinus, N. (2018). Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan. *INVONTEK*, 18(2), 25–34.
- Leonita, Emy, & Jalinus, N. (2018). Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan. *Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 18(2).
- Liliweri, A. (2007). *Dasar-dasar komunikasi antarbudaya*. Yogyakarta: Pelajar Pustaka.
- Linda J. Bergsma. (2004). Empowerment Education The Link Between Media Literacy and Health Promotion. *American Behavioral Scientist*, 48(2), 152–164.
- Melzner, J., & Al, E. (2014). Mobile health applications in workplace health promotion: an integrated conceptual adoption framework. *Procedia Technology*, 16, 1374–1382.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rodakrrya.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurudin. (2004). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Oh, H. J., & et.al. (2013). Facebooking for health: An examination into the solicitation and effects of health-related social support on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 29, 2072–2080.
- Ortega, C., & Navas. (2017). The use of new technologies as a tool for the promotion of health education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237, 23–29.
- Prasanti, D. (2018). Hambatan Komunikasi Dalam Promosi Kesehatan Program Keluarga Berencana (KB) IUD di Bandung. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 22(1), 52–63.
- Purwoastuti, E. (2015). *Komunikasi dan Konseling Kebidanan*. Yogyakarta: Pustakabaru Press.
- Rahmadiana, M. (2012). Komunikasi Kesehatan; Sebuah Tinjauan. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1).
- Rider, B. B., & Et.al. (2016). Interactive Web- Based Learning Translating Health Policy Into Improved Diabetes Care. *American Journal of Preventive Medicine*, 50(1), 122–128.
- Simnett, E. (1994). *Promosi Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Skinner, A. H., & Et.al. (2006). Developing Internet-Based eHealth Promotion Programs: The Spiral Technology Action Research (STAR) Model Health Promotion Practice. *Dermatol Clin*, 10.
- Uswa, R. (2021). *Pandemi Covid-19 Kunjungan Pasien di Layanan Kesehatan Menurun? Portal Kesmas-ID*.
- Vance, K., & Et.al. (2008). Social Internet Sites as a Source of Public Health Information. *Dermatol Clin*, 27, 133–136.
- Wibowo, S., & Suryani, D. (2017). Pengaruh Promosi Kesehatan Metode Audio Visual Dan Metode Buku Saku Terhadap Peningkatan Pengetahuan Penggunaan Monosodium Glutamat (Msg) Pada Ibu Rumah Tangga. *Kesmas*, 7(2), 55~.