MEDIA KESEHATAN MASYARAKAT INDONESIA

p-ISSN: 1412-4920 e-ISSN: 2775-5614
https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mkmi
Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro

DOI : 10.14710/mkmi.20.2.126-133

Penggunaan Media Sosial selama Pandemi Covid-19 dalam Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Kabupaten Tangerang

Luthfia Vionita[1]*, Diansanto Prayoga[1]

[1] Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga, Surabaya
Corresponding author : luthfiavionita@gmail.com

Info Artikel : Diterima 21 Januari 2021 ; Disetujui 26 Februari 2021 ; Publikasi 1 April 2021

ABSTRAK

Latar belakang: Indonesia dan dunia saat ini sedang dilanda pandemi COVID-19 yang mana merupakan penyakit menular akut. Namun, dibalik pandemi COVID-19 komunikasi dan informasi berkembang sangat pesat yang membuat perubahan dalam kehidupan manusia dan berpengaruh pada intervensi kesehatan yang melibatkan masyarakat umum dalam meningkatkan derajat kesehatan dengan mempengaruhi perilaku masyarakat tersebut. Oleh karena itu, bagian dari promosi kesehatan dapat dimasukkan dalam pemasaran sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari penggunaan media sosial selama pandemi COVID-19 dalam promosi kesehatan di Rumah Sakit Kabupaten Tangerang.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kuantitatif dengan sampel yaitu seluruh rumah sakit yang berada di Kabupaten Tangerang yaitu dengan jumlah 20 rumah sakit. Data penelitian merupakan data sekunder yang diperoleh dari hasil pencarian menggunakan bantuan internet/*search engine* pada tiap media sosial (Website, E-mail, Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, dan Spotify).

Hasil: Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tipe rumah sakit di kabupaten Tangerang sebagian besar yaitu tipe C dengan persentase sebesar 80% (16 rumah sakit). Penggunaan media sosial sebagai fasilitas dalam promosi kesehatan di rumah sakit yang tersebar di kabupaten Tangerang paling banyak menggunakan Website, Intagram, E-mail, serta Fanspage Facebook. RS St. Carolus Summarecon Serpong memiliki postingan terbanyak di media sosial Instagram dan postingan tersebut terkait dengan promosi kesehatan selama pandemi COVID-19. Adanya strategi promosi kesehatan dengan *giveaway* membuat media Instgram RS Mitra Keluarga Gading Serpong memiliki jumlah *like* postingan sebanyak 16.884 dan 1.890 *comment*.

Simpulan: Selama pandemi COVID-19 penggunaan platform media sosial dapat berpotensi dalam promosi kesehatan dimana Website dan Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh rumah sakit yang berada di Kabupaten Tangerang dimana 16 pengguna Website dan 14 pengguna Instagram dengan 80% (16 rumah sakit) bertipe C. Strategi promosi kesehatan dengan *giveaway* dapat menarik minat masyarakat serta konten yang menarik dapat meningkatkan jumlah *likes, comments, shares*, dan *views*.

Kata kunci: media sosial; promosi kesehatan; pandemi COVID-19

ABSTRACT

Title: *Social Media Used For Health Promotion When COVID-19 Pandemic At The Tangerang District Hostpital*

Background: *Indonesia and the world are currently being hit by the COVID-19 pandemic, which is an infectious disease. However, the COVID-19 communication and information pandemic is developing very rapidly which makes changes in human life and affects health interventions that involve the general public in increasing health status by influencing the behavior of these people. Therefore, part of the promotion can be included in social marketing. This study aims to study the use of social media during the COVID-19 pandemic in health promotion at Tangerang District Hospital.*

Method: *This study used a quantitative descriptive method with a sample of all hospitals in Tangerang Regency, with a total of 20 hospitals. Research data is secondary data obtained from search results using the help of internet / search engines on each social media (website, e-mail, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, and spotify).*

Result: *The results of this study indicate that the type of hospital in Tangerang district is mostly type C with a percentage of 80% (16 hospitals). The use of social media as a facility in health promotion in hospitals in Tangerang district mostly uses Website, Intagram, E-mail, and Facebook Fanspage. RS St. Carolus Summarecon Serpong has the most posts on social media Instagram and these posts are related to health promotion during the COVID-19 pandemic. With a health promotion strategy with a giveaway, the Mitra Keluarga Gading Serpong Hospital Media Instgram has 16,884 likes and 1890 comments.*

Conclusion: *During the COVID-19 pandemic the use of social media platforms has the potential for health promotion where Website and Instagram are the most widely used social media by hospitals in Tangerang Regency where 16 Website users and 14 Instagram users with 80% (16 hospitals) are type C Health promotion strategy with giveaway can attract public interest and interesting content can increase the number of likes, comments, shares, and views.*

Keywords*: social media; health promotion; COVID-19 pandemic*

PENDAHULUAN

COVID-19 merupakan penyakit menular akut yang muncul pada Desember 2019 dan menyebar dengan cepat ke seluruh dunia sehingga mengakibatkan pandemi. Salah satu negara yang terdampak pandemi COVID-19 yaitu Indonesia. Berdasarkan data Satuan Tugas Penangan COVID-19 (2020), jumlah kasus yang terjadi sebesar 463.006 serta tersebar di 34 provinsi pertanggal 14 November 2020. Hal ini menyebabkan tantangan terbesar dalam sistem kesehatan masyarakat.

Di tengah pandemi ini teknologi komunikasi dan informasi berkembang sangat pesat sehingga membuat perubahan yang cukup besar dalam kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan dunia sudah memasuki era revolusi industri 4.0 yang mana dicirikan dengan berkembangnya *Internet of Things* (IoT). Revolusi industri 4.0 ini merupakan tren dalam dunia industri dalam menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi siber, sehingga membuat manusia membutuhkan informasi yang terbaru secara akurat dan cepat serta efisien dan dapat diandalkan. Hal tersebutlah yang dibutuhkan dalam bidang kesehatan saat ini.

Kunci dalam intervensi kesehatan salah satunya yaitu melibatkan audiens target pada masyarakat umum, dimana untuk meningkatkan derajat kesehatan dengan mempengaruhi perilaku audiens tersebut. Masalah kesehatan yang dimaksud dan tujuan perilaku akan bervariasi dari proyek ke proyek dan target audiens mungkin tersebar dalam ruang demografis yang sempit atau lebih luas dan lebih umum, tetapi sifat dasar dari aspek khusus promosi kesehatan ini adalah sama: latihan pemasaran non-komersial di nama barang sosial yang lebih besar. Oleh karena itu, bagian dari promosi kesehatan ini dapat dilihat sebagai "pemasaran sosial". [1]

Media sosial termasuk dalam salah satu media dimana untuk membantu masyarakat dalam memperoleh informasi terkait banyak hal dan media sosial ini dapat dengan mudah diakses oleh semua orang. Media sosial yang dikenal oleh banyak orang diantaranya yaitu Twitter, Facebook, Website, E-mail, Instagram, dan lain sebagainya.[2] Penggunaan media sosial di Indonesia saat ini sudah meluas dan saat ini media sosial digunakan sebagai metode dalam promosi kesehatan. salah satunya yaitu Rumah Sakit di Kabupaten Tangerang memanfaatkan media sosial sebagai metode Promosi Kesehatan Rumah Sakit. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini dimaksudkan untuk mempelajari penggunaan media sosial selama pandemi COVID-19 dalam promosi kesehatan di Rumah Sakit Kabupaten Tangerang.

MATERI DAN METODE

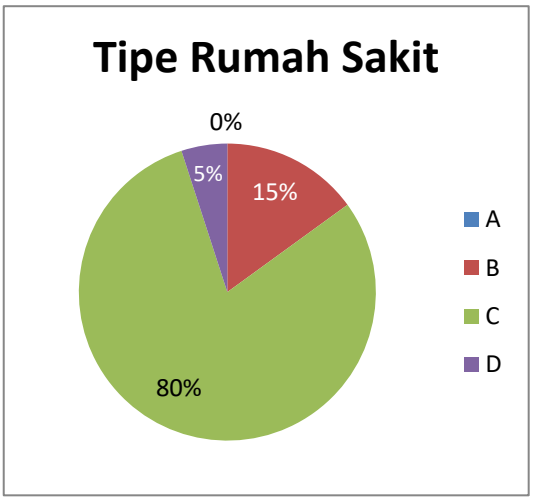
Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kuantitatif dimana penelitian ini dimaksudkan untuk menggali informasi terkait peran media sosial dalam promosi kesehatan di Rumah Sakit Kabupaten Tangerang. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 17 – 19 Oktober 2020. Sampel yang digunakan yaitu seluruh rumah sakit yang berada di Kabupaten Tangerang sehingga terdapat 20 rumah sakit yang beroperasi di Kabupaten Tangerang hingga saat ini yang terdiri dari rumah sakit negeri maupun swasta. Data yang diperoleh adalah data sekunder dari penelurusan menggunakan bantuan internet/*search engine* pada tiap media sosial (Website, E-mail, Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, dan Spotify) secara daring (dalam jaringan) pada tiap rumah sakit yang berada di Kabupaten Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Tangerang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Banten yang berada antara 6 '0 – 6 '20 Lintang Selatan dan 106 '20- 106 '43 Bujur Timur. Kabupaten Tangerang memiliki wilayah yang cukup luas, terdiri dari 29 kecamatan, 28 kelurahan dan 246 desa dengan luas mencapai 95.961 Ha atau 959,61 km². Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) kecamatan dengan luas wilayah terbesar adalah Kecamatan Rajeg seluas 53,7 Km² atau 5,6% dari luas wilayah Kabupaten Tangerang, sedangkan wilayah terkecil adalah Kecamatan Sepatan dengan luas hanya 17,32 Km² atau 1,8%.[3] Kabupaten Tangerang memilik beberapa fasilitas umum diantaranya yaitu fasilitas layanan kesehatan.

Fasilitas layanan kesehatan yang tersedia di Kabupaten Tangerang salah satunya ialah rumah

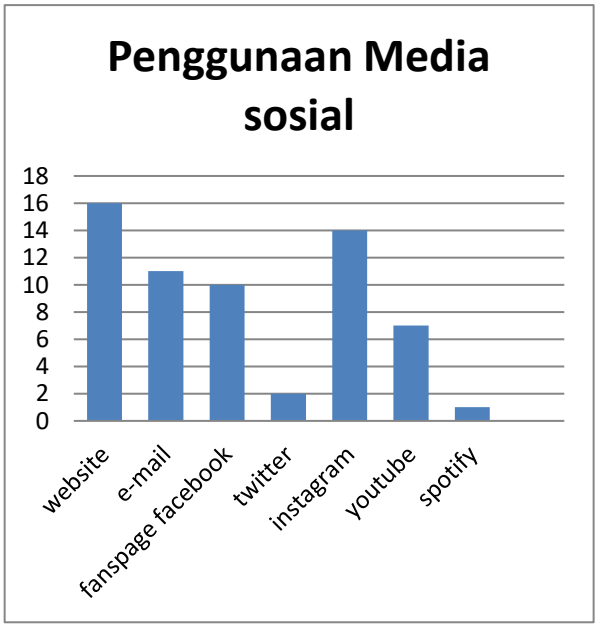
sakit. Terdapat 20 rumah sakit yang tersebar di Kabupaten Tangerang. Berdasarkan Gambar 1. Persentase rumah sakit yang bertipe C sebesar 80% (16 rumah sakit), rumah sakit yang memiliki tipe B sebesar 15% (3 rumah sakit), untuk tipe D yaitu 5% (1 rumah sakit), dan yang bertipe A sebanyak 0% (tidak ada rumah sakit di kabupaten Tangerang yang bertipe A). Sebagian besar rumah sakit yang berada di daerah Kabupaten Tangerang memiliki tipe C.



Gambar 1. Tipe Rumah Sakit di Kabupaten Tangerang

Berdasarkan Peraturan Mentri Kesehatan Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit, di Indonesia rumah sakit diklasifikasikan berdasarkan 4 tipe yaitu tipe A, B, C, dan D. Rumah sakit tipe A merupakan rumah sakit yang dapat memberikan pelayanan kedokteran spesialis dan subspesialis secara lengkap dan menjadi rumah sakit rujukan tertinggi yang mana memiliki tempat rawat inap sebanyak 250. Rumah sakit tipe B adalah rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis luas dan subspesialis terbatas dan memiliki tempat tidur rawat inap sebanyak 200. Tipe C termasuk dalam rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis terbatas, yaitu pelayanan penyakit dalam, pelayanan bedah, pelayanan kesehatan anak dan pelayanan kebidanan dan kandungan, serta memilki tempat tidur rawat inap sebanyak 100. Sedangkan tumah sakit tipe D merupakan rumah sakit yang bersipat transisi dan suatu saat dapat berubah statusnya menjadi rumah sakit tipe C, terdapat tempat tidur rawat inap sebanyak 50.

Berkembangnya teknologi dapat mempengaruhi layanan kesehatan, Belt et al. (2010) menjelaskan bahwa dunia sudah masuk ke dalam era digital yang dikenal dengan sebuatan Web 2.0, sedangkan dalam dunia kesehatan dikenal dengan sebutan Health 2.0 / Medicine 2.0 yang merupakan generasi terbarukan. Web 2.0 merupakan fasilitator untuk Health 2.0 / Medicine 2.0, namun bukan suatu kebutuhan. Situs web media sosial yang populer terbukti efektif dan ampuh untuk menyebarluaskan informasi kesehatan, mendukung upaya promosi kesehatan, dan dapat ditelusuri secara online seperti YouTube, Facebook, MySpace, Twitter, dan Second Life, serta image sharing, mobile technology, dan blog.[5]



Gambar 2. Penggunaan Media sosial di Kabupaten Tangerang

Penggunaan media sosial oleh rumah sakit di Kabupaten Tangerang pada Gambar 2. membuktikan bahwa terdapat 16 rumah sakit memiliki Website. Lalu 14 rumah sakit memiliki Instagram, 11 rumah sakit memiliki E-mail, 10 rumah sakit memiliki Fanspage Facebook, YouTube sebanyak 7 rumah sakit, 2 rumah sakit mempunyai akun Twitter, dan yang terakhir terdapat 1 rumah sakit yang mempunyai akun Spotify. Rumah sakit menggunakan media sosial yang paling banyak yaitu pada penggunaan Website dan Instagram.

Media sosial memberikan dampak yang positif dalam perilaku pencegahan publik selama pandemi COVID-19 di China. Hal ini merupakan indikator penting dalam promosi kesehatan untuk mendorong masyarakat dalam mengambil tindakan kesehatan selama keadaan darurat.[6] Diperkirakan lebih dari 90% orang dewasa di Amerika Serikat memiliki setidaknya satu akun media sosial, dengan rata-rata penggunaan harian 2-4 jam.[7] Dalam penelitian *scoping review* ditemukan bahwa 23 studi yang ditinjau (45%) menyatakan bahwa media sosial merupakan inti atau saluran unik yang digunakan untuk promosi kesehatan seksual.[8]

Berdasarkan Tabel 1. terdapat 14 rumah sakit di Kabupaten Tangerang yang menggunakan media sosial instagram dan memiliki jumlah total postingan 1039 selama bulan Maret – Oktober dimana RS St. Carolus Summarecon Serpong

merupakan rumah sakit yang memiliki jumlah postingan terbanyak yaitu sebanyak 227 postingan. Selain itu media sosial yang memilik jumlah postingan terbanyak yaitu Fanspage Facebook dengan jumlah postingan sebanyak 689, dimana RS Mitra Keluarga Gading Serpong memiliki jumlah postingan paling banyak yaitu sebesar 232 postingan. Diantara 20 rumah sakit yang beroprasi di Kabupaten Tangerang terdapat satu rumah sakit yaitu RS Mitra Keluarga Gading Serpong yang memiliki satu akun media sosial Spotify dengan jumlah postingan sebanyak 22, media sosial tersebut merupakan media audio berbentuk podcast. Media sosial YouTube dimiliki oleh 7 rumah sakit namun postingan terbanyak dimiliki oleh akun RS Mitra Keluarga Gading Serpong dengan jumlah sebesar 41 postingan terdapat 13 rumah sakit yang tidak pernah posting selama bulan Maret – Oktober . Lain halnya dengan media sosial Twitter, terdapat 2 rumah sakit yang memiliki akun Twitter namun selama pandemi COVID-19 kedua akun tersebut tidak aktif dan tidak memposting apapun.

Tabel 1. Jumlah Postingan diberbagai Media Sosial Rumah Sakit di Kabupaten Tangerang

No	Rumah Sakit	Jumlah Postingan Bulan Maret – Oktober				
		Fanspage Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Spotify
1	RS Hermina Bitung	42	0	161	15	0
2	RS Keluarga Kita	0	0	25	0	0
3	RS Mitra Keluarga Gading Serpong	232	0	109	41	22
4	RSIA Sepatan Mulia	0	0	50	0	0
5	Ciputra Hospital – CitraRaya Tangerang	34	0	33	15	0
6	RS Metro Hospitals Cikupa	0	0	0	0	0
7	RS Mitra Husada Tangerang	0	0	36	0	0
8	RS Permata Hati	0	0	27	0	0
9	RS Qadr	0	0	0	0	0
10	RS Siloam Lippo Village	106	0	119	11	0
11	RS St. Carolus Summarecon Serpong	162	0	227	16	0
12	RSIA Bun	7	0	0	0	0
13	RSIA Bunda Sejahtera	0	0	0	0	0
14	RSIA Harapan Mulia	0	0	63	9	0
15	RSIA ILANUR	0	0	10	0	0
16	RSIA Murni Asih	0	0	52	0	0
17	RSIA Selaras	0	0	0	0	0
18	RSIA Tiara	0	0	0	0	0
19	RSUD Balaraja	0	0	8	0	0
20	Siloam Hospitals Kelapa Dua	106	0	119	11	0
	JUMLAH	689	0	1039	118	22

Penyakit COVID-19 mulai terdeteksi di Indonesia mulai dari awal bulan Maret dan di bulan April Penyakit ini menyebar ke-34 propinsi yang ada di Indonesia. Sehingga menyebabkan terjadinya pembatasan bagi masyarakat untuk beraktivitas. Sehingga promosi kesehatan terkait COVID-19 mulai gencar dilakukan. Salah satunya pada rumah sakit yang tersebar di Kabupaten Tangerang. Promosi kesehatan mulai dilakukan melalui akun media sosial yang dimiliki oleh rumah sakit yang tersebar di Kabupaten Tangerang. Berdasarkan hasil yang didapat Rumah Sakit St. Carolus Summarecon Serpong memiliki postingan terbanyak di media sosial Instagram.

Diantara 20 rumah sakit yang tersebar di Kabupaten Tangerang konten media sosial yang diposting berupa gambar, video, dan audio serta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di masing-masing platform, seperti IGTV dan IGStory pada media sosial Instagram. Hal ini memberikan peluang penting karena keterlibatan pengguna dalam mengakses media sosial tersebut dapat memberikan

peluang untuk mengembangkan dan memperkuat hubungan, mengembangkan identitas kelompok, memanfaatkan kecerdasan komunitas, dan memotivasi tindakan.[9]

Tabel 2. Jumlah Postingan Tentang COVID-19 di Media Sosial Fanspage Facebook pada Rumah Sakit di Kabupaten Tangerang

Rumah Sakit	Jumlah Pengikut	Postingan Tentang COVID-19	*Like*	*Comment*	*Share*
RS Hermina Bitung	24.091	10	76	17	35
RS Keluarga Kita	0	0	0	0	0
RS Mitra Keluarga Gading Serpong	32.883	35	1.645	344	216
RSIA Sepatan Mulia	0	0	0	0	0
Ciputra Hospital – CitraRaya Tangerang	3.541	4	6	1	3
RS Metro Hospitals Cikupa	0	0	0	0	0
RS Mitra Husada Tangerang	0	0	0	0	0
RS Permata Hati	0	0	0	0	0
RS Qadr	0	0	0	0	0
RS Siloam Lippo Village	341.066	20	613	20	158
RS St. Carolus Summarecon Serpong	946	40	90	9	5
RSIA Bun	1.649	1	12	0	0
RSIA Bunda Sejahtera	0	0	0	0	0
RSIA Harapan Mulia	0	0	0	0	0
RSIA ILANUR	0	0	0	0	0
RSIA Murni Asih	0	0	0	0	0
RSIA Selaras	0	0	0	0	0
RSIA Tiara	0	0	0	0	0
RSUD Balaraja	0	0	0	0	0
Siloam Hospitals Kelapa Dua	341.066	20	613	20	158

Hasil penelitian Al-Dmour et al. (2020) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan dan statistik penggunaan platform sosial terhadap perlindungan kesehatan terhadap COVID-19. Akun Fanspage Facebook milik Rumah Sakit Mitra Keluarga Gading Serpong terdapat 35 postingan yang membahas terkait pandemi COVID-19 dengan total jumlah *like* pada postingan yang di publikasikan selama bulan Maret – Oktober sebanyak 1.645, 344 komentar, dan 216 kali *share*. Hal ini berbanding terbalik dengan akun Fanspage Facebook yang dimiliki oleh Rumah Sakit St. Carolus Summarecon Serpong jumlah postingan terkait pandemi COVID-19 lebih banyak dibandingkan dengan Rumah Sakit Mitra Keluarga Gading Serpong yaitu sebanyak 40 postingan namun total *like*, *comment*, dan *share* sangat sedikit dimana masing-masing berjumlah 90, 9, dan 5. Hal ini dikarenkan jumlah pengikut yang sedikit yaitu sebanyak 946.

Isi dan desain dari konten yang dipublikasi sangatlah penting, walaupun konten keduanya berisi tentang pandemi COVID-19 namun konten dan desain grafis yang dipublikasikan di akun Fanspage Facebook milik Rumah Sakit Mitra Keluarga Gading Serpong lebih menarik. Pembuatan konten pada media sosial dan internet terus meningkat sehingga kebutuhan akan grafis segar dan konten yang menarik juga meningkat.[6]

Tabel 3. Jumlah Postingan Tentang COVID-19 di Media Sosial Instagram pada Rumah Sakit di Kabupaten Tangerang

Rumah Sakit	Jumlah Pengikut	Postingan Tentang COVID-19	*Like*	*Comment*
RS Hermina Bitung	2.484	25	1.228	26
RS Keluarga Kita	488	7	230	11
RS Mitra Keluarga Gading Serpong	24k	49	16.884	1890
RSIA Sepatan Mulia	221	5	50	1
Ciputra Hospital – CitraRaya Tangerang	11k	6	407	23
RS Metro Hospitals Cikupa	0	0	0	0
RS Mitra Husada Tangerang	1.338	8	265	3
RS Permata Hati	395	6	107	0
RS Qadr	0	0	0	0
RS Siloam Lippo Village	76,1k	21	16.907	670
RS St. Carolus Summarecon Serpong	2.486	49	4.955	69
RSIA Bun	0	0	0	0
RSIA Bunda Sejahtera	0	0	0	0
RSIA Harapan Mulia	326	4	74	3
RSIA ILANUR	373	3	51	1
RSIA Murni Asih	965	14	180	6
RSIA Selaras	0	0	0	0
RSIA Tiara	0	0	0	0
RSUD Balaraja	1.006	1	103	3
Siloam Hospitals Kelapa Dua	76,1k	21	16.907	670

Platform Instagram adalah platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, hal ini dapat terlihat dari jumlah pengikut pada masing-masing rumah sakit di Kabupaten Tangerang yang memiliki akun Instagram. Berdasarkan Tabel 3. jumlah pengikut akun Instagram paling banyak dimiliki oleh RS Siloam Lippo Village dan Siloam Hospitals Kelapa Dua yang mana kedua rumah sakit tersebut memiliki akun media Instagram yang sama karena dikelola oleh yaitu @siloamhospitals dengan jumlah pengikut 76,1 ribu. Jumlah pengikut terbanyak kedua dimiliki oleh akun media Istagram milik Rumah Sakit Mitra Keluarga Gading Serpong dimana diikuti oleh 24 ribu pengikut. Urutan ketiga yaitu akun media Instagram yang memiliki 11 ribu pengikut yaitu Ciputra Hospital – CitraRaya Tangerang.

Ketiga akun tersebut jika dibandingkan akun media Instagram milik rumah sakit yang lain di Kabupaten Tangerang lebih banyak jumlah *like* dan *comment*. Hal ini dipengaruhi oleh konten yang menarik yang dibuktikan dengan desain grafis dengan konten edukasi terkait COVID-19. Konten tersebut dipublikasikan pada media Instagram RS Siloam Lippo Village dan Siloam Hospitals Kelapa Dua yang merupakan cuitan dari beberapa dokter yang bekerja di rumah sakit tersebut.

Gambar 3. Instagram *Screenshot* Strategi Promosi Kesehatan pada Akun RS Mitra Keluarga Gading Serpong

Lain halnya dengan strategi promosi kesehatan yang digunakan RS Mitra Keluarga Gading Serpong seperti pada Gambar 3. yaitu dengan mengadakan *challenge* yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dengan beberapa syarat dimana para

masyarakat diwajibkan untuk memberikan *like*, *comment*, dan *share* postingan *challenge* tersebut serta harus mengikuti akun media Instgram RS Mitra Keluarga Gading Serpong dan pemenang *challenge* akan mendapatkan hadiah uang tunai, maka dari itu jumlah *like* postingan sebanyak 16.884 dan 1890 *comment*. Strategi promosi kesehatan dapat digunakan untuk menarik perhatian *followers*, meskipun srategi promosi biasanya digunakan dalam penjualan produk, namun dalam promosi kesehatan juga diperlukan untuk menarik perhatian *followers*. Strategi promosi yang cocok dalam promosi kesehatan ialah promosi *giveaway*, dimana strategi tersebut merupakan sebuah acara pembagian hadiah secara gratis/*giveaway* kepada peserta dengan beberapa syarat harus dipenuhi seperti menjadi *followers*, *share* dan *mention* beberapa akun milik teman.[11]

Tabel 4. Jumlah Postingan tentang COVID-19 di Media Sosial YouTube pada Rumah Sakit di Kabupaten Tangerang

Rumah Sakit	Jumlah Subscriber	Postingan Tentang COVID-19	*Like*	*View*	*Comment*
RS Hermina Bitung	773	10	599	6.015	0
RS Keluarga Kita	0	0	0	0	0
RS Mitra Keluarga Gading Serpong	583	19	82	5.078	15
RSIA Sepatan Mulia	0	0	0	0	0
Ciputra Hospital – CitraRaya Tangerang	1,32k	11	157	4.328	6
RS Metro Hospitals Cikupa	0	0	0	0	0
RS Mitra Husada Tangerang	0	0	0	0	0
RS Permata Hati	0	0	0	0	0
RS Qadr	0	0	0	0	0
RS Siloam Lippo Village	839	1	12	18.581	1
RS St. Carolus Summarecon Serpong	145	11	77	764	0
RSIA Bun	0	0	0	0	0
RSIA Bunda Sejahtera	0	0	0	0	0
RSIA Harapan Mulia	27	4	28	210	0
RSIA ILANUR	0	0	0	0	0
RSIA Murni Asih	0	0	0	0	0
RSIA Selaras	0	0	0	0	0
RSIA Tiara	0	0	0	0	0
RSUD Balaraja	0	0	0	0	0
Siloam Hospitals Kelapa Dua	839	1	12	18.581	1

Kemampuan YouTube sebagai media sosial semakin berkembang pesat secara masif seiring dengan upaya YouTube melakukan perkawinan dengan media sosial lain semacam Facebook, Twiter, maupun Blog.[12] Pada Tabel 4. Terdapat 7 akun milik rumah sakit yang berada di Kabupaten Tangerang. Akun milik RS Siloam Lippo Village dan Siloam Hospitals Kelapa Dua hanya memposting 1 video terkait COVID-19 yang berjudul "Siap Melayani Anda Selama Pandemi", dari analisis konten video tersebut menarik karna alurnya dibuat dramatis untuk menyakinkan masyarakat bahwa mereka aman jika berobat ke RS Siloam Lippo Village dan Siloam Hospitals Kelapa Dua karena telah menerapkan protokol kesehatan dengan begitu terdapat 18.581 orang yang melihat video tersebut yang didukung dengan *subscriber channel* tersebut sebanyak 839.

Channel YouTube milik Ciputra Hospital – CitraRaya Tangerang dengan *subscriber* 1,32 ribu mendapatkan 157 *like* untuk 11 video yang dipublikasikan hal ini bertolak belakang dengan *channel* YouTube milik RS Siloam Lippo Village dan Siloam Hospitals Kelapa Dua disebabkan konten yang ada dalam video tidak begitu bagus dan konten edukasinya kurang menghibur. Peran media dalam dunia komunikasi pada media massa sangat penting sebab pada kenyataannya media memiliki fungsi diantaranya yaitu fungsi informatif (*to inform*), fungsi mendidik (*to educate*), fungsi hiburan (*to entertain*), dan mempengaruhi masyarakat (*to influence*).[12]

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan temuan yang menunjukkan bahwa penggunaan platform media sosial dapat berpotensi dalam promosi kesehatan di tengah pandemi COVID-19. Berdasarkan hasil dan pembahasan rumah sakit yang tersebar di Kabupaten Tangerang 80% atau 16 dari 20 rumah sakit bertipe C. Website dan Instagram merupakan media sosial yang paling banyak dimiliki oleh rumah sakit yang berada di Kabupaten Tangerang dimana terdapat 16 rumah sakit yang memiliki Website dan 14 rumah sakit yang memiliki Instagram. Masyarakat Indonesia lebih aktif dalam menggunakan media Instagram dilihat dari jumlah like yang diberikan pada tiap posting terkait pandemi COVID-19 selama bulan Maret sampai Oktober dan strategi promosi di media Instagram sudah berkembang dilihat dari mengikutsertakan masyarakat dalam kampanye kesehatan dengan memberikan *giveaway.* Konten yang menarik dapat meningkatkan jumlah *like, comment, share*, dan *view*. Otoritas pelayanan kesehatan masyarakat seperti rumah sakit dapat menggunakan platform media sosial dalam meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat melalui fitur-fitur yang tersedia pada paltform media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Spotify, dsb) kepada audiens yang disasar. Perlu adanya penelitian serupa untuk memvalidasi bagaimana saluran media sosial dapat digunakan dalam promosi kesehatan di Kabupaten Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Satuan Tugas Penangan COVID-19. Peta Sebaran. Data COVID-19. 2020.
2. Brusse C, Gardner K, McAulla D, Dowden M. Social Media and Mobile Apps for Health Promotion in Australian Indigenous Populations: Scoping Review. J Med Internet Res. 2014;16(12).
3. Kusumawardani DA, Werdani KE. Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Program Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Moewardi Surakarta. Comput Sci Commun Dict. 2019;152–60.
4. Biro Pemerintahan Provinsi Banten. Profil Kabupaten Tangerang [Internet]. 2018 [cited 2020 Nov 10]. Available from: https://biropemerintahan.bantenprov.go.id/profil-kabupaten-tangerang
5. Belt TH Van De, Engelen LJ, Berben SA, Schoonhoven L. Definition of Health 2.0 and Medicine 2.0: A Systematic Review. J Med Internet Res. 2010;12(2).
6. Leonita E, Jalinus N. Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Pustaka. J Inov Vokasional dan Teknol. 2018;18(2):25–35.
7. Li X, Liu Q. Social Media Use, eHealth Literacy, Disease Knowledge, and Preventive Behaviors in the COVID-19 Pandemic: Cross-Sectional Study on Chinese Netizens. J Med Internet Res. 2020;22(10).
8. Escobar-Viera CG, Whitfield DL, Wessel CB, Shensa A, Sidani JE, Brown AL, et al. For Better or for Worse? A Systematic Review of the Evidence on Social Media Use and Depression Among Lesbian, Gay, and Bisexual Minorities. JMIR Ment Heal. 2018;5(3).
9. Gabarron E, Wynn R. Use of social media for sexual health promotion: a scoping review. Glob Health Action. 2016;9.
10. Ramanadhan S, Mendez SR, Rao M, Viswanath K. Social media use by community-based organizations conducting health promotion: a content analysis. BMC Publi Heal. 2013;13.
11. Afif MF Al, Nuringwahyu S, Krisdianto D. Pengaruh Konten Dan Promosi Giveaway Terhadap (Studi Kasus Mobile Legends Bang Bang Pada Akun Instagram @devclovedmlbb). JIAGABI. 2020;9(1):24–7.
12. Ipa M, Laksono AD. Analisis Potensi Promosi Pengendalian Penyakit Demam Berdarah Dengue Melalui Youtube. Bul Penelit Sist Kesehat. 2014;17(1 Jan):97–106.