

Edukasi Pencegahan Infeksi Saluran Pernapasan Akut Melalui Instagram Reels Sebagai Media Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit X, Kota Samarinda, Kalimantan Timur

Herlisa Adriani¹, Desi Wandasari², Shabrina Nur Amalia³, Lisa Wahidatul Oktaviani⁴

^{1,2,3,4} Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Indonesia

*e-mail: 2311102413111@umkt.ac.id

Abstrak

ISPA merupakan salah satu masalah kesehatan yang perlu mendapatkan perhatian melalui upaya promotif dan preventif. Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram Reels, dapat menjadi alternatif untuk menyampaikan informasi kesehatan secara ringkas dan mudah diakses. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pencegahan ISPA melalui Instagram Reels sebagai media promosi kesehatan di Rumah Sakit X. Metode kegiatan meliputi identifikasi kondisi awal melalui kuesioner dan Instagram Insight, penentuan masalah prioritas menggunakan metode USG, penyusunan materi, pembuatan video edukasi, publikasi melalui Instagram Reels, serta pemantauan respons audiens. Video edukasi berjudul "Bagaimana Cara Mencegah Penyakit ISPA" memperoleh 2.417 tayangan, 72 likes, 1 komentar, 5 repost, dan 5 share. Hasil tersebut menunjukkan adanya jangkauan dan respons audiens terhadap konten edukasi yang dipublikasikan. Pemanfaatan Instagram Reels dapat menjadi salah satu media promosi kesehatan untuk menyampaikan informasi pencegahan ISPA kepada masyarakat. Namun, pengukuran perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku memerlukan evaluasi lebih lanjut dengan instrumen yang sesuai.

Kata kunci: Edukasi kesehatan, Instagram Reels, ISPA, promosi kesehatan.

Abstract

Acute Respiratory Infections (ARI) are a health issue that requires attention through promotive and preventive efforts. Social media, particularly Instagram Reels, can be used as an alternative medium for delivering health information in a concise and accessible format. This community service activity aimed to provide education on ARI prevention through Instagram Reels as a health promotion medium at Hospital X. The activity included initial condition identification through questionnaires and Instagram Insights, priority problem identification using the USG method, development of educational materials, production of an educational video, publication through Instagram Reels, and audience response monitoring. The educational video entitled "How to Prevent ARI" received 2,417 views, 72 likes, 1 comment, 5 reposts, and 5 shares. These results indicate that the educational content reached Instagram users and received audience responses. Instagram Reels can be utilized as one of the health promotion media for disseminating information on ARI prevention. However, further evaluation using appropriate instruments is needed to measure changes in knowledge, attitudes, and health behaviors.

Keywords: ARI, health education, health promotion, Instagram Reels.

1. PENDAHULUAN

Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) merupakan istilah untuk berbagai infeksi yang menyerang saluran pernapasan, mulai dari hidung, tenggorokan, sinus, bronkus, hingga paru-paru. ISPA dapat disebabkan oleh virus, bakteri, maupun jamur (Putri et al., 2022). ISPA masih menjadi salah satu masalah kesehatan yang dekat dengan kehidupan masyarakat dan dapat dialami oleh berbagai kelompok usia. Oleh karena itu, pencegahan ISPA tidak hanya dilakukan melalui pelayanan pengobatan, tetapi juga perlu didukung dengan upaya promotif dan preventif (Herdiana & Falah, 2025). Upaya pencegahan ISPA dapat dilakukan melalui pembatasan paparan asap rokok, pemeliharaan kebersihan dan kualitas udara dalam rumah, serta perhatian terhadap kebersihan lingkungan tempat tinggal. Selain itu, edukasi kepada masyarakat mengenai gejala dan langkah-langkah pencegahan ISPA perlu ditingkatkan untuk mendukung penerapan perilaku

hidup sehat (Fadila & Siyam, 2022). Penyampaian informasi kesehatan yang tepat diperlukan untuk membantu masyarakat memahami langkah-langkah pencegahan dan mendorong penerapan perilaku hidup yang lebih sehat.

Media menjadi sarana pendukung dalam promosi kesehatan yang membantu penyampaian pesan kepada masyarakat secara lebih efektif sehingga informasi yang diberikan dapat dipahami dengan baik. (Safrudin et al., 2026). Pemilihan media edukasi perlu disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan kelompok sasaran. Selain itu, media yang digunakan harus mendukung pencapaian tujuan edukasi. Jenis informasi yang disampaikan juga perlu menjadi pertimbangan dalam menentukan media yang tepat (Raodah & Handayani, 2022). Perkembangan teknologi digital juga telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi kesehatan. Media sosial memberikan kesempatan bagi institusi pelayanan kesehatan untuk menyampaikan informasi secara lebih luas melalui berbagai bentuk konten. Dalam komunikasi kesehatan melalui media sosial, unsur informatif, dukungan emosional, tampilan visual, serta ajakan untuk melakukan tindakan atau berinteraksi dapat memengaruhi keterlibatan pengguna terhadap suatu konten (Yip et al., 2024). Kemajuan teknologi komunikasi membantu memperluas penyampaian informasi kesehatan melalui pemilihan media yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. (Hermawan et al., 2024).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi melalui unsur visual dan verbal. Instagram menyediakan fitur berbagi foto dan video yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan berbagai informasi, termasuk informasi kesehatan (Batolu & Bustam, 2022). Penyebaran informasi kesehatan melalui media sosial perlu mempertimbangkan keandalan sumber informasi, penggunaan data yang didukung bukti ilmiah, serta aspek keterbacaan dan kemudahan akses. Selain itu, informasi harus disajikan dengan bahasa yang jelas dan sederhana agar dapat dipahami oleh masyarakat secara luas (Denniss et al., 2022). Salah satu bentuk konten yang dapat digunakan adalah video pendek melalui Instagram Reels. Format video pendek memiliki potensi untuk mendukung penyampaian pesan kesehatan karena informasi dapat dikemas secara ringkas dan visual, terutama apabila topik dan pesan disesuaikan dengan kebutuhan sasaran (Zhu et al., 2023). Media video dapat digunakan sebagai sarana edukasi kesehatan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui tampilan visual dan audio yang informatif, terstruktur, serta mudah diakses oleh berbagai kelompok sasaran. (Morgado et al., 2024). Dengan demikian, Instagram Reels dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media alternatif untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yang berfokus pada upaya promosi dan pencegahan penyakit.

Kondisi tersebut juga relevan dengan hasil pengumpulan data awal pada audiens Instagram Rumah Sakit X. Sebanyak 96,8% responden mengetahui keberadaan akun Instagram rumah sakit dan 90,3% pernah mengakses akun tersebut. Namun, keterlibatan audiens dalam mengakses konten masih belum optimal. Sebanyak 43,3% responden menyatakan jarang mengakses konten, sedangkan hanya 16,7% yang menyatakan sering mengaksesnya. Selain itu, sebanyak 45,2% responden menilai konten yang disajikan masih kurang menarik dan 38,7% menilai frekuensi pembaruan konten masih rendah. Responden dalam pengumpulan data tersebut mencakup ibu hamil, ibu dengan bayi, keluarga, serta pendamping pasien. Kondisi ini menunjukkan bahwa akun Instagram rumah sakit telah dikenal dan digunakan oleh audiens, tetapi masih terdapat ruang untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens terhadap konten kesehatan yang disampaikan.

Penentuan topik edukasi mengenai pencegahan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik kelompok sasaran serta kebutuhan informasi kesehatan yang sesuai dengan kondisi di lingkungan rumah sakit (Imron, 2022). Ibu hamil, ibu yang memiliki bayi, anggota keluarga, serta pendamping pasien memerlukan informasi kesehatan yang bersifat praktis agar dapat diterapkan dalam aktivitas sehari-hari. Oleh sebab itu, materi video difokuskan pada upaya pencegahan ISPA yang mudah dilakukan, seperti mengurangi risiko penularan, meningkatkan pengetahuan keluarga, menghindari paparan asap rokok, melengkapi imunisasi, dan mengenali gejala ISPA. Dengan demikian, penentuan topik konten tidak hanya mempertimbangkan aspek daya tarik, tetapi juga memperhatikan relevansi materi dengan kebutuhan informasi kesehatan audiens.

Peluang penggunaan Instagram sebagai sarana promosi kesehatan dapat dilihat dari data Instagram Insight pada periode 27 Maret hingga 25 April 2026. Akun Instagram Rumah Sakit X tercatat memiliki 5.211 pengikut, dengan total 85,5 ribu tayangan, 916 interaksi, serta penambahan 188 pengikut baru dari 71 konten yang diunggah. Berdasarkan karakteristik audiens, sebagian besar pengikut berasal dari Samarinda (60,9%), berjenis kelamin perempuan (80,8%), dan berada pada rentang usia 25–34 tahun (57,0%). Capaian tersebut memperlihatkan bahwa akun Instagram Rumah Sakit X memiliki potensi jangkauan yang cukup besar untuk mendukung penyebaran informasi kesehatan. Meskipun demikian, optimalisasi media sosial rumah sakit tidak cukup hanya dengan memiliki akun, tetapi juga memerlukan strategi komunikasi yang tepat, pengelolaan konten yang terarah, serta interaksi yang efektif dengan audiens. Penggunaan media sosial perlu dikelola dengan baik serta didukung oleh penyampaian informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik sasaran agar pesan kesehatan dapat diterima dan dipahami secara optimal. (Fiammenghi et al., 2024).

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan tersebut, dilakukan kegiatan edukasi mengenai pencegahan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) melalui Instagram Reels sebagai salah satu upaya pemanfaatan media digital dalam promosi kesehatan. Video edukasi yang diproduksi berjudul “Bagaimana Cara Mencegah Penyakit ISPA” dan dikemas dalam format video pendek dengan menggunakan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, serta penyampaian informasi yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan audiens. Materi yang disampaikan berfokus pada langkah-langkah pencegahan ISPA yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga informasi yang diberikan diharapkan lebih mudah dipahami dan dipraktikkan oleh masyarakat.

Pemilihan Instagram Reels didasarkan pada kemampuannya menyajikan informasi melalui kombinasi unsur visual dan audio dalam format singkat yang mudah diakses serta berpotensi menjangkau audiens secara lebih luas. Melalui media ini, edukasi kesehatan diharapkan dapat disampaikan secara lebih menarik dan efektif, sekaligus meningkatkan perhatian masyarakat terhadap pentingnya pencegahan ISPA. Kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan Instagram Reels sebagai media promosi kesehatan, khususnya dalam penyampaian informasi mengenai pencegahan ISPA. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mengevaluasi respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan serta mengamati perubahan performa akun Instagram Rumah Sakit X selama periode pelaksanaan kegiatan sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas pemanfaatan media sosial dalam mendukung promosi kesehatan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Rumah Sakit X dengan sasaran pengguna media sosial yang menjadi audiens akun Instagram Rumah Sakit X. Penentuan sasaran didasarkan pada hasil identifikasi awal mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi kesehatan kepada masyarakat. Berdasarkan data Instagram Insight, mayoritas audiens akun tersebut merupakan perempuan berusia 25–34 tahun yang berdomisili di Samarinda. Karakteristik ini menjadi pertimbangan dalam menentukan media, format, dan gaya penyampaian informasi agar materi edukasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Kegiatan edukasi pencegahan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) dilakukan melalui Instagram Reels dalam bentuk video pendek yang menggunakan bahasa sederhana, visual menarik, dan informasi praktis mengenai langkah-langkah pencegahan ISPA dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan media ini diharapkan dapat mempermudah audiens dalam mengakses dan memahami informasi kesehatan yang disampaikan. Selain itu, evaluasi kegiatan dilakukan dengan memanfaatkan data Instagram Insight, meliputi jumlah tayangan, jangkauan konten, interaksi audiens, dan perkembangan jumlah pengikut. Data tersebut digunakan untuk mengamati respons audiens serta menilai potensi Instagram Reels sebagai media promosi kesehatan di Rumah Sakit X.

Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang meliputi identifikasi kondisi awal, penetapan masalah prioritas, penyusunan materi edukasi, produksi video, publikasi konten, serta pemantauan hasil kegiatan. Tahap identifikasi awal dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada audiens Instagram rumah sakit dan mengumpulkan data dari Instagram Insight. Kuesioner tersebut bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan audiens mengenai keberadaan akun Instagram rumah sakit, kebiasaan mereka dalam mengakses konten, serta persepsi terhadap daya tarik dan frekuensi pembaruan konten. Sementara itu, data Instagram Insight dimanfaatkan untuk memperoleh gambaran awal mengenai performa akun, yang mencakup jumlah tayangan, jangkauan konten, tingkat interaksi, dan pertumbuhan jumlah pengikut.

Temuan dari tahap identifikasi selanjutnya dianalisis untuk menetapkan masalah utama menggunakan metode USG (Urgency, Seriousness, Growth), yang mempertimbangkan tingkat urgensi, keseriusan, dan potensi perkembangan masalah. Berdasarkan hasil penentuan prioritas tersebut, kegiatan difokuskan pada pengembangan konten edukasi kesehatan yang lebih menarik serta sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan audiens. Topik yang diangkat dalam kegiatan ini adalah pencegahan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA), yang dikemas dalam video edukasi berjudul “Bagaimana Cara Mencegah Penyakit ISPA”.

Tahap berikutnya adalah penyusunan materi dan pembuatan video edukasi dalam format Instagram Reels. Materi disusun menggunakan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan pesan kesehatan yang mudah dipahami. Video kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram Rumah Sakit X pada 21 Mei 2026. Pemilihan format Reels dilakukan karena memungkinkan informasi disampaikan dalam bentuk video pendek yang ringkas, visual, dan mudah diakses oleh pengguna media sosial. Pemilihan Instagram sebagai media edukasi juga didasarkan pada karakteristiknya sebagai media komunikasi kesehatan yang memungkinkan informasi disampaikan secara visual dan dapat menjangkau audiens secara lebih luas. Pemanfaatan Instagram pada institusi rumah sakit dapat mendukung penyampaian informasi kesehatan melalui konten yang menarik serta membangun interaksi dengan audiens (Yustikasari et al., 2024).

Ketercapaian kegiatan diukur secara deskriptif menggunakan data Instagram Insight setelah video dipublikasikan. Indikator yang diamati pada video meliputi jumlah tayangan (views), tanda suka (likes), komentar, repost, dan share sebagai gambaran respons audiens terhadap konten edukasi. Selain itu, perubahan performa akun diamati melalui indikator reach, account interactions, dan new followers dengan membandingkan data sebelum dan selama pelaksanaan kegiatan. Data tersebut digunakan untuk menggambarkan jangkauan dan keterlibatan audiens terhadap konten edukasi yang dikembangkan. Pemantauan jangkauan dan keterlibatan audiens juga penting dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi kesehatan rumah sakit, karena efektivitas pemanfaatan media sosial dapat dilihat melalui penyampaian informasi dan keterlibatan pengguna terhadap konten yang dipublikasikan (Asminanda et al., 2024).

Evaluasi kegiatan ini hanya berfokus pada jangkauan konten dan respons audiens yang diperoleh melalui Instagram Insight. Data yang dikumpulkan tidak dijadikan dasar untuk menyatakan adanya peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, atau perubahan perilaku audiens, mengingat kegiatan ini tidak dilengkapi dengan instrumen untuk mengukur pengetahuan maupun perilaku sebelum dan sesudah pemberian edukasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan edukasi pencegahan ISPA dilaksanakan melalui pengembangan konten video pendek menggunakan fitur Instagram Reels pada akun Instagram Rumah Sakit X. Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari hasil identifikasi awal yang menunjukkan bahwa daya tarik konten Instagram masih menjadi salah satu permasalahan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi kesehatan. Sebelum kegiatan dilakukan, akun Instagram mitra telah memiliki

jumlah pengikut dan jangkauan yang cukup besar, tetapi keterlibatan audiens terhadap konten masih perlu dioptimalkan.

Video edukasi dipublikasikan pada 21 Mei 2026 dengan materi “Bagaimana Cara Mencegah Penyakit ISPA”. Materi disusun menggunakan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Pemilihan format video pendek dilakukan agar informasi mengenai pencegahan ISPA dapat disampaikan secara lebih ringkas dan mudah diakses melalui media sosial.



Gambar 1. Publikasi Video Edukasi pencegahan ISPA melalui Instagram Reels Rumah Sakit X

Video edukasi mengenai pencegahan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) dikembangkan dalam format Instagram Reels dengan mengangkat materi tentang langkah-langkah pencegahan ISPA yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Konten disusun dengan memperhatikan kejelasan informasi, penggunaan bahasa yang sederhana, durasi yang singkat, serta unsur visual yang menarik agar pesan kesehatan lebih mudah dipahami oleh audiens. Materi edukasi mencakup tindakan pencegahan, seperti menghindari paparan asap rokok, menjaga kebersihan lingkungan, melengkapi imunisasi sesuai anjuran, serta mengenali gejala ISPA. Setelah melalui proses penyusunan dan produksi, video dipublikasikan melalui akun Instagram Rumah Sakit X sebagai bagian dari pelaksanaan promosi kesehatan berbasis digital. Publikasi ini diharapkan dapat memperluas akses masyarakat terhadap informasi kesehatan sekaligus meningkatkan pemanfaatan media sosial rumah sakit sebagai sarana edukasi.

Pemanfaatan video pendek dalam kegiatan ini sejalan dengan hasil tinjauan sistematis Zhu et al. (2023) yang menunjukkan bahwa video pendek berpotensi digunakan sebagai media komunikasi kesehatan, terutama apabila topik dan pesan yang disampaikan disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran. Format video pendek memungkinkan informasi disajikan secara ringkas melalui perpaduan unsur visual dan audio sehingga dapat membantu menarik perhatian audiens di tengah banyaknya informasi yang tersedia pada media sosial. Meskipun demikian, keberhasilan penyampaian pesan kesehatan tidak hanya ditentukan oleh format media yang digunakan, tetapi juga dipengaruhi oleh relevansi materi, kejelasan pesan, kualitas penyajian, serta kesesuaian konten dengan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, pengembangan video edukasi pencegahan ISPA perlu memperhatikan ketepatan informasi kesehatan dan kemudahan penerapan pesan dalam kehidupan sehari-hari agar konten yang dipublikasikan memiliki nilai edukatif bagi masyarakat.

Penggunaan Instagram Reels dalam kegiatan ini tidak hanya bertujuan menghasilkan konten edukasi baru, tetapi juga menjadi upaya untuk menyesuaikan strategi penyampaian informasi kesehatan dengan karakteristik media sosial dan kebutuhan Rumah Sakit X. Berdasarkan hasil identifikasi awal, pengembangan konten diarahkan untuk menghadirkan informasi kesehatan yang lebih menarik, mudah diakses, dan relevan dengan karakteristik audiens akun Instagram rumah sakit. Selain itu, pemanfaatan fitur Instagram Insight memungkinkan pemantauan terhadap performa konten melalui indikator, seperti jumlah tayangan, jangkauan, interaksi, dan pertambahan pengikut. Hasil pemantauan tersebut dapat

digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui respons audiens terhadap video edukasi yang dipublikasikan. Namun, indikator performa media sosial hanya menggambarkan jangkauan dan keterlibatan audiens, sehingga tidak dapat secara langsung digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, atau perubahan perilaku terkait pencegahan ISPA. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk pemanfaatan media digital untuk mendukung penyebaran informasi promotif dan preventif sekaligus mengevaluasi potensi Instagram Reels sebagai media promosi kesehatan di lingkungan rumah sakit.

3.2 Respon Audiens terhadap Video Edukasi Pencegahan ISPA

Hasil pemantauan video edukasi pencegahan ISPA melalui Instagram Insight menunjukkan bahwa konten Reels memperoleh 2.417 tayangan, 72 likes, 1 komentar, 5 repost, dan 5 kali dibagikan. Capaian tersebut menggambarkan adanya perhatian dan respons dari pengguna Instagram terhadap konten yang dipublikasikan melalui akun Rumah Sakit X. Jumlah tayangan menunjukkan frekuensi video diputar, sedangkan interaksi berupa likes, komentar, repost, dan pembagian konten mencerminkan keterlibatan audiens dalam merespons serta menyebarkan informasi yang disampaikan. Hasil ini menunjukkan bahwa Instagram Reels berpotensi dimanfaatkan sebagai media promosi kesehatan untuk memperluas penyebaran informasi mengenai pencegahan ISPA. Namun, indikator tersebut hanya menggambarkan performa konten dan respons pengguna, sehingga belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, maupun perilaku audiens setelah melihat video edukasi.

Jika dilihat dari bentuk keterlibatannya, interaksi audiens tidak hanya berupa tanda suka, tetapi juga mencakup komentar, repost, dan pembagian konten. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa sebagian audiens tidak hanya melihat konten, tetapi juga melakukan tindakan terhadap informasi yang disampaikan. Dalam konteks komunikasi kesehatan melalui media sosial, bentuk-bentuk interaksi seperti likes, shares, komentar, dan jumlah tayangan memang umum digunakan sebagai indikator proses dan keterlibatan audiens. Kite et al. (2023), melalui systematic review terhadap 99 studi yang melaporkan 93 kampanye komunikasi kesehatan, menemukan bahwa reach, impressions, views, serta berbagai bentuk engagement merupakan indikator yang paling sering digunakan dalam evaluasi kampanye kesehatan berbasis media sosial.

Meskipun demikian, jumlah tayangan dan interaksi tersebut perlu dipahami sebagai indikator keterjangkauan dan respons audiens, bukan sebagai bukti langsung bahwa terjadi peningkatan pengetahuan atau perubahan perilaku mengenai pencegahan ISPA. Hal ini penting karena evaluasi kegiatan tidak menggunakan pengukuran pengetahuan sebelum dan sesudah edukasi. Kite et al. (2023) juga menunjukkan bahwa banyak kampanye kesehatan di media sosial berhenti pada pengukuran reach dan engagement sehingga belum dapat memastikan tercapainya perubahan pengetahuan, perilaku, atau norma sosial.

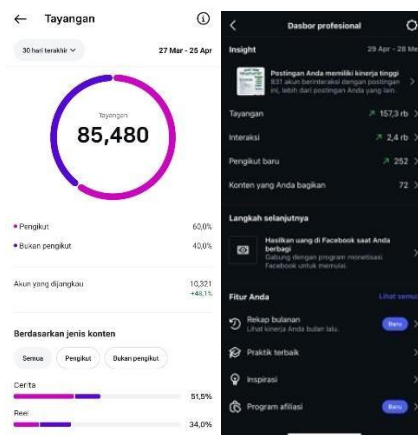
3.3 Perubahan Performa Akun Instagram Selama Pelaksanaan Kegiatan

Pada periode awal pengamatan, yaitu 27 Maret–25 April 2026, akun Instagram Rumah Sakit X memperoleh 85.480 tayangan dan menjangkau 10.321 akun. Berdasarkan jenis konten, Reels menyumbang 34,0% dari total tayangan pada periode tersebut. Data ini menunjukkan bahwa format Reels telah memiliki kontribusi dalam penyebaran konten pada akun Instagram mitra sebelum pelaksanaan edukasi ISPA.

Pada periode 29 April–28 Mei 2026, data Instagram Insight menunjukkan jumlah tayangan akun mencapai sekitar 157.300 dengan 2.400 interaksi dan 252 pengikut baru. Jika dibandingkan dengan periode awal, terjadi peningkatan jumlah tayangan dan interaksi selama periode pelaksanaan kegiatan. Perubahan tersebut menunjukkan adanya peningkatan aktivitas pada akun Instagram mitra selama periode pengembangan konten.

Namun, perubahan performa akun tersebut tidak dapat sepenuhnya dikaitkan dengan publikasi video edukasi ISPA karena selama periode pelaksanaan juga terdapat pengembangan dan publikasi konten lainnya. Oleh karena itu, data Instagram Insight dalam kegiatan ini digunakan sebagai indikator keterjangkauan dan keterlibatan audiens terhadap aktivitas komunikasi kesehatan, bukan sebagai bukti langsung adanya perubahan pengetahuan atau

perilaku masyarakat.



Gambar 2. Perbandingan performa akun Instagram Rumah Sakit X berdasarkan data Instagram Insight sebelum dan selama pelaksanaan kegiatan

3.4 Ketercapaian Sasaran dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pelaksanaan, kegiatan telah menghasilkan media edukasi pencegahan ISPA dalam bentuk Instagram Reels dan berhasil dipublikasikan melalui akun Instagram Rumah Sakit X. Dari sisi keterjangkauan, video memperoleh 2.417 tayangan, sedangkan dari sisi keterlibatan, konten memperoleh 72 likes, 1 komentar, 5 repost, dan 5 share. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sasaran pengguna Instagram dapat dijangkau melalui media edukasi yang dikembangkan dan sebagian audiens memberikan respons terhadap konten yang dipublikasikan.

Capaian tersebut memperlihatkan bahwa pengembangan format konten dapat menjadi salah satu alternatif untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi kesehatan. Temuan ini sejalan dengan kajian Zhu et al. (2023) yang menunjukkan adanya potensi video pendek dalam komunikasi kesehatan, meskipun keberhasilannya tetap dipengaruhi oleh relevansi topik dan strategi penyampaian pesan. Selain itu, Kite et al. (2023) menempatkan engagement sebagai salah satu komponen penting dalam proses komunikasi kesehatan melalui media sosial, tetapi menegaskan bahwa keterlibatan audiens tidak secara otomatis menunjukkan tercapainya perubahan perilaku kesehatan.

Dalam kegiatan ini, keberhasilan lebih tepat dilihat dari terlaksananya intervensi sesuai permasalahan yang telah diidentifikasi, tersedianya media edukasi pencegahan ISPA, serta adanya jangkauan dan respons audiens terhadap konten. Sementara itu, aspek perubahan pengetahuan, sikap, maupun perilaku belum dapat dinilai karena tidak dilakukan pengukuran khusus sebelum dan sesudah edukasi. Dengan demikian, kegiatan ini dapat dipandang sebagai tahap awal dalam penguatan promosi kesehatan berbasis digital yang masih dapat dikembangkan melalui evaluasi yang lebih mendalam pada kegiatan selanjutnya.

4. KESIMPULAN

Kegiatan edukasi pencegahan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) melalui Instagram Reels di Rumah Sakit X, Kota Samarinda, Kalimantan Timur, telah menghasilkan dan mempublikasikan video edukasi “Bagaimana Cara Mencegah Penyakit ISPA” pada 21 Mei 2026. Sampai akhir pemantauan 28 Mei 2026, video memperoleh 2.417 tayangan, 72 likes, 1 komentar, 5 repost, dan 5 share. Hasil tersebut menggambarkan tersedianya media edukasi serta adanya respons pengguna terhadap konten. Data tersebut belum dapat digunakan untuk menyatakan bahwa konten menarik bagi audiens secara umum atau telah meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku karena belum tersedia penilaian audiens secara langsung dan pengukuran sebelum-sesudah edukasi. Tindak lanjut bersama pengelola akun perlu dilakukan melalui jadwal unggahan yang konsisten dan evaluasi pemahaman penonton menggunakan instrumen yang sesuai. Perubahan performa keseluruhan akun juga tidak dapat dikaitkan hanya dengan satu video

Infeksi Saluran Pernapasan Akut karena terdapat konten lain yang dipublikasikan selama periode pengamatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asminanda, C. R., Solihin, S., Noviani, M., & Damanik, B. N. (2024). Utilization of social media as a health promotion tool for hospitals in Indonesia: Literature review. *International Journal of Health and Social Behavior*, 1(4), 121–127. <https://doi.org/10.62951/ijhsb.v1i4.157>
- Batolu, D. F., & Bustam, M. R. (2022). Analisis visual dan verbal pada unggahan Instagram World Health Organization (WHO). *MAHADAYA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 2(1), 25–30. <https://doi.org/10.34010/mhd.v2i1.5444>
- Denniss, E., Lindberg, R., & McNaughton, S. A. (2022). *Development of principles for health-related information on social media : Delphi Study*. *Journal of Medical Internet Research*, 24(9), e37337. <https://doi.org/10.2196/37337>
- Fadila, F. N., & Siyam, N. (2022). Faktor risiko infeksi saluran pernapasan akut (ISPA) pada anak balita. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 6(4), 320–331. <https://doi.org/10.15294/higeia.v6i4.56803>
- Fiammenghi, C., Covolo, L., Vanoncini, A., Gelatti, U., & Ceretti, E. (2024). Institutional health communication and social media: Exploring Italian hospitals ' use of social media pages. *Digital Health*, 10, 1–13. <https://doi.org/10.1177/20552076241245921>
- Herdiana, D. A., & Falah, M. (2025). *Pengaruh tempat tinggal terhadap terjadinya infeksi saluran pernapasan akut (ISPA) di kalangan balita dalam komunitas: Literature review*. *Jurnal Media Akademik*, 3(12), 1–9. <https://doi.org/10.62281/p1njeq24>
- Hermawan, D., Apriyanti, F., & Hatna. (2024). Implementasi media komunikasi bagi mahasiswa perekam medis sebagai penyedia informasi kesehatan. *Jurnal Kesehatan Indonesia*, 14(3), 167–173. <https://doi.org/10.33657/jurkessia.v14i03.994>
- Kite, J., Chan, L., MacKay, K., Corbett, L., Reyes-Marcelino, G., Nguyen, B., Bellew, W., & Freeman, B. (2023). A model of social media effects in public health communication campaigns: systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e46345. <https://doi.org/10.2196/46345>
- Morgado, M., Botelho, J., Machado, V., Mendes, J. J., Adesope, O., & Proença, L. (2024). Video-based approaches in health education : a systematic review and meta-analysis. *Scientific Reports*, 14, 1–14. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-73671-7>
- Putri, E. Y. P., Mulyanti, D., & Ulfa, E. U. (2022). Kajian potensi penyebaran mikroorganisme patogen penyebab ISPA dan diare berdasarkan kondisi geografis dan demografis wilayah Indonesia. *Bandung Conference Series: Pharmacy*, 2(2), 884–890. <https://doi.org/10.29313/bcsp.v2i2.4676>
- Raodah, & Handayani, L. (2022). Media sebagai edukasi intervensi promosi kesehatan masyarakat di Indonesia. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(2), 123–133. <https://doi.org/10.56338/mppki.v5i2.2039>
- Safrudin, M. B., Bagaskara, R., Saputri, F. A., Hanani, A., Noor, S. I., & Moura, M. (2026). Literature review: Media promosi kesehatan. *Journal Sains Student Research*, 4(1), 193–203. <https://doi.org/10.61722/jssr.v4i1.7651>
- Yip, Y. Y., Makmor-bakry, M., & Chong, W. W. (2024). Elements influencing user engagement in social media posts on lifestyle risk factors: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 26, 1–17. <https://doi.org/10.2196/59742>
- Yustikasari, Y., Anisa, R., Dewi, R., Subekti, P., & Ananda, F. (2024). Social media as a catalyst: Exploring the impact of Instagram on health promotion practices in private hospitals of West Java. *Sociologia y Tecnociencia*, 14(2), 23–39. <https://doi.org/10.24197/st.2.2024.23-39>
- Zhu, Z., Liu, S., & Zhang, R. (2023). Examining the persuasive effects of health communication in short videos: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e48508. <https://doi.org/10.2196/48508>