

Analysis Of Social Media Utilization In Supporting Information Publication At The Ministry Of Health Of The Republic Of Indonesia

***Ersya Shafira Chairani¹⁾, Hari Otang Sasmita²⁾**

¹⁾²⁾IPB University

***Correspondence author:** Ersya Shafira, ersyashafira@apps.ipb.ac.id, Bogor, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.37012/jik.v18i2.3495>

ABSTRACT

The development of digital communication has encouraged government institutions to utilize social media as a fast, interactive, and easily accessible channel for publishing health information. This study aims to analyze the use of social media and the content management process in supporting health information publication at the Ministry of Health of the Republic of Indonesia. This research employed a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, semi-structured interviews, documentation of social media posts, and literature review. Informants were selected purposively, consisting of media publication managers, social media channel administrators, and content creators. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, conclusion drawing, and triangulation of sources and techniques. The results show that the Ministry of Health of the Republic of Indonesia utilizes various platforms, including Instagram, TikTok, X, YouTube, Facebook, and SnackVideo, according to audience characteristics and message formats. Content management is carried out through the stages of planning, production, content validation, publication, engagement monitoring, and evaluation. The main challenges include maintaining information accuracy, ensuring rapid response, adapting formats across platforms, addressing misinformation risks, and overcoming limitations in data insight-based evaluation. The effectiveness of government social media is determined by message strategy, audience segmentation, engagement quality, and systematic content governance.

Keywords: Content Management, Digital Communication, Health Information, Ministry Of Health, Social Media

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi digital mendorong instansi pemerintah untuk memanfaatkan media sosial sebagai kanal publikasi informasi kesehatan yang cepat, interaktif, dan mudah diakses. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan media sosial dan proses pengelolaan konten dalam mendukung publikasi informasi kesehatan di Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dokumentasi unggahan media sosial, dan studi literatur. Informan dipilih secara purposive, meliputi pengelola publikasi media, pengelola kanal media sosial, dan pembuat konten. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, serta triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kementerian Kesehatan RI memanfaatkan berbagai platform, yaitu Instagram, TikTok, X, YouTube, Facebook, dan SnackVideo, sesuai karakteristik audiens dan format pesan. Pengelolaan konten dilakukan melalui tahapan perencanaan, produksi, validasi substansi, publikasi, pemantauan engagement, dan evaluasi. Tantangan utama meliputi akurasi informasi, kecepatan respons, penyesuaian format antar platform, risiko misinformasi, dan keterbatasan evaluasi berbasis data. Efektivitas media sosial pemerintah ditentukan oleh strategi pesan, segmentasi audiens, engagement, dan tata kelola konten yang sistematis.

Kata Kunci: Informasi Kesehatan, Komunikasi Digital, Kementerian Kesehatan, Media Sosial, Pengelolaan Ponten.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh, mengelola, dan menyebarkan informasi. Transformasi digital yang terjadi di berbagai belahan dunia mendorong pergeseran pola komunikasi dari media konvensional menuju media digital yang lebih interaktif dan mudah diakses. Salah satu bentuk media digital yang berkembang pesat adalah media sosial, yang memungkinkan terjadinya interaksi, partisipasi, serta distribusi informasi secara terbuka dan berkelanjutan. Kehadiran media sosial tidak hanya mengubah pola komunikasi antarindividu, tetapi juga memengaruhi cara organisasi dan institusi menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial kini menjadi salah satu sarana komunikasi yang banyak dimanfaatkan untuk menjangkau audiens secara luas dan cepat (Kusuma et al., 2024).

Di Indonesia, pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi terus mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna internet. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mayoritas pengguna internet di Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sumber utama untuk memperoleh informasi (APJII, 2024). Kondisi tersebut mendorong berbagai lembaga, termasuk instansi pemerintah, untuk memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi publik. Media sosial dinilai mampu mempercepat distribusi informasi, memperluas jangkauan pesan, serta meningkatkan efektivitas komunikasi antara institusi dan masyarakat (Puspitasari & Irwansyah, 2022). Selain itu, penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital guna meningkatkan efektivitas penyampaian informasi publik (Pasha, 2022).

Salah satu instansi pemerintah yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi informasi adalah Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan di bidang kesehatan, Kementerian Kesehatan memiliki peran penting dalam menyampaikan berbagai informasi terkait kebijakan, program, layanan, serta edukasi kesehatan kepada masyarakat. Dalam mendukung penyebaran informasi tersebut, Kementerian Kesehatan memanfaatkan berbagai kanal media sosial, seperti Instagram, X, YouTube, TikTok, SnackVideo, dan Facebook, sebagai sarana komunikasi digital untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas. Melalui kanal-kanal tersebut, Kementerian Kesehatan secara rutin mempublikasikan

informasi kesehatan, kampanye edukasi, promosi program pemerintah, serta berbagai informasi terkini terkait isu kesehatan nasional. Pemanfaatan media sosial dalam konteks komunikasi publik menjadi penting mengingat kebutuhan masyarakat terhadap informasi kesehatan yang akurat, cepat, dan mudah diakses terus meningkat. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendukung komunikasi publik pemerintah di bidang kesehatan.

Meskipun media sosial telah banyak dimanfaatkan dalam komunikasi publik, efektivitas penggunaannya tidak hanya ditentukan oleh keberadaan platform digital, tetapi juga oleh proses pengelolaan konten yang dilakukan. Pengelolaan konten media sosial mencakup perencanaan, produksi, publikasi, hingga evaluasi konten agar informasi yang disampaikan sesuai dengan tujuan komunikasi dan karakteristik audiens yang dituju (Nugraha et al., 2024). Penelitian (Ulayya et al., 2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah mampu meningkatkan interaktivitas antara pemerintah dan masyarakat serta mendukung penyebaran informasi publik secara lebih efektif. Namun, penelitian tersebut berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik secara umum dan belum secara spesifik mengkaji proses pengelolaan konten dalam mendukung publikasi informasi kesehatan. Oleh karena itu, kajian yang secara khusus menganalisis pemanfaatan media sosial dalam mendukung publikasi informasi kesehatan serta proses pengelolaan kontennya di lingkungan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia masih perlu dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik pemanfaatan media sosial dan pengelolaan konten dalam mendukung publikasi informasi kesehatan pada instansi pemerintah.

Meskipun media sosial telah banyak dimanfaatkan oleh instansi pemerintah sebagai sarana komunikasi publik, kajian yang secara khusus membahas pemanfaatan media sosial dalam publikasi informasi kesehatan serta proses pengelolaan kontennya di lingkungan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia masih terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang menjelaskan bagaimana media sosial dimanfaatkan dalam mendukung publikasi informasi kesehatan, bagaimana proses pengelolaan konten media sosial diterapkan, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan publikasi informasi melalui media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian, yaitu: (1) bagaimana pemanfaatan media sosial Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dalam mendukung publikasi informasi kesehatan; (2) bagaimana proses pengelolaan konten media sosial yang diterapkan dalam publikasi informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial

sebagai sarana publikasi informasi dan mengkaji proses pengelolaan konten media sosial di Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman proses, strategi, pengalaman pengelolaan, serta makna pemanfaatan media sosial dalam publikasi informasi kesehatan. Metode kualitatif relevan digunakan untuk menjelaskan fenomena komunikasi organisasi dan praktik pengelolaan konten yang tidak cukup dijelaskan melalui angka semata (Sugiyono, 2025).

Penelitian dilaksanakan di Biro Komunikasi dan Informasi Publik, khususnya pada unit yang menangani publikasi media Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, selama periode Januari sampai Mei 2026. Data primer diperoleh melalui observasi terhadap proses pengelolaan media sosial dan wawancara semi-terstruktur. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi unggahan media sosial resmi Kementerian Kesehatan RI, arsip konten, pedoman publikasi internal, laman resmi Kementerian Kesehatan RI, serta literatur ilmiah yang relevan.

Informan penelitian ditentukan menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan keterlibatan langsung dalam proses publikasi dan pengelolaan konten. Informan meliputi unsur koordinator atau pengelola publikasi media, staf pengelola media sosial, pembuat naskah atau content writer, dan desainer atau editor konten. Kriteria informan adalah terlibat dalam perencanaan, produksi, validasi, publikasi, atau evaluasi konten media sosial Kementerian Kesehatan RI, masing-masing 1 orang. Wawancara diarahkan pada tema strategi komunikasi digital, proses approval, penyesuaian konten antar platform, indikator engagement, kendala pengelolaan konten, dan evaluasi publikasi.

Observasi dilakukan secara partisipatif terbatas dengan mengamati alur kerja perencanaan, produksi, validasi substansi, publikasi, dan evaluasi konten. Dokumentasi dilakukan dengan menelaah contoh unggahan, jenis platform yang digunakan, bentuk konten, dan fungsi komunikasi masing-masing kanal. Analisis data dilakukan menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana lazim digunakan dalam penelitian kualitatif (Miles et al., 2020). Reduksi data dilakukan dengan mengelompokkan temuan ke dalam tema strategi komunikasi digital, efektivitas platform, engagement, tantangan, dan model pengelolaan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik dan sumber dengan membandingkan hasil observasi, wawancara,

dokumentasi, serta literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Digital Kementerian Kesehatan RI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Kementerian Kesehatan RI dilakukan dengan pendekatan multiplatform. Strategi ini mencerminkan kebutuhan komunikasi kesehatan yang tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga menyesuaikan bentuk pesan dengan karakteristik audiens dan fitur platform. Instagram digunakan untuk menyampaikan edukasi visual melalui infografis, carousel, reels, dan informasi program kesehatan. TikTok dan SnackVideo digunakan untuk memperluas jangkauan pesan kesehatan melalui video pendek yang lebih ringan dan mudah dibagikan. X digunakan untuk informasi singkat, respons isu, dan pembaruan cepat. YouTube digunakan untuk dokumentasi audiovisual, webinar, podcast, dan penjelasan berdurasi panjang. Facebook digunakan untuk memperluas jangkauan informasi umum kepada audiens yang lebih heterogen.

Strategi komunikasi digital tersebut menunjukkan adanya pergeseran dari pola publikasi satu arah menuju komunikasi publik yang lebih adaptif. Temuan ini sesuai dengan pandangan (OECD, 2021), bahwa komunikasi publik modern perlu bersifat strategis, berbasis kebutuhan warga, serta mampu memperkuat kepercayaan publik. Dalam konteks kesehatan, prinsip ini penting karena masyarakat membutuhkan informasi yang tidak hanya cepat, tetapi juga benar, jelas, dan berasal dari sumber yang kredibel.

Tabel 1.
Kanal Media Sosial Kementerian Kesehatan RI dan Fungsi Komunikasi

Platform	Akun/kanal resmi	Fungsi utama	Bentuk konten dominan
Instagram	@KemenkesRI	Edukasi visual, kampanye kesehatan, informasi program	Infografis, carousel, reels, poster digital
TikTok	@KemenkesRI	Kampanye video pendek dan edukasi populer	Video pendek, pesan praktis, konten tren edukatif
X/Twitter	@KemenkesRI	Informasi cepat, klarifikasi isu, pembaruan kebijakan	Utas singkat, tautan berita, respons isu
YouTube	Kementerian Kesehatan RI	Edukasi audiovisual berdurasi panjang dan dokumentasi kegiatan	Podcast, webinar, liputan kegiatan, video edukasi
Facebook	KemenkesRI	Penyebaran informasi umum dan perluasan jangkauan publik	Poster, berita, tautan, video

SnackVideo	@KemenkesRI	Video pendek untuk perluasan akses informasi dan anti-hoaks	Video singkat, pesan kesehatan ringan
------------	-------------	---	---------------------------------------

Sumber: hasil observasi, dokumentasi kanal media sosial resmi Kemenkes RI, dan laman Kementerian Kesehatan RI (Kementerian Kesehatan RI, 2025)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Kemenkes RI mencerminkan prinsip komunikasi publik digital yang menekankan keterjangkauan, kecepatan, kredibilitas, dan interaktivitas. Dalam teori komunikasi publik, pemerintah tidak hanya bertindak sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang membangun pemahaman publik, kepercayaan, dan partisipasi warga. (OECD, 2021) menjelaskan bahwa komunikasi publik yang strategis perlu mendukung kebijakan, layanan, dan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, penggunaan media sosial oleh Kemenkes RI dapat dipahami sebagai instrumen komunikasi kebijakan kesehatan sekaligus sarana edukasi masyarakat.

Perspektif komunikasi kesehatan, prinsip tentang komunikasi yang *accessible*, *actionable*, *credible*, *relevant*, *timely*, dan *understandable* sangat relevan untuk membaca temuan penelitian ini. Konten kesehatan pemerintah harus mudah diakses, dapat ditindaklanjuti, kredibel, relevan dengan kebutuhan audiens, tepat waktu, dan mudah dipahami (WHO, 2017). Hal ini menjelaskan mengapa Kemenkes RI menggunakan format visual, video pendek, caption ringkas, tautan berita resmi, dan konten audiovisual. Format tersebut membantu mengubah informasi kesehatan yang teknis menjadi pesan yang lebih praktis bagi masyarakat.

Efektivitas Platform Tertentu dalam Publikasi Informasi Kesehatan

Efektivitas platform tampak berbeda sesuai dengan karakteristik media dan tujuan komunikasi. Instagram efektif untuk pesan edukasi visual karena format gambar dan carousel memungkinkan informasi kesehatan yang kompleks disederhanakan menjadi poin-poin praktis. TikTok dan SnackVideo efektif untuk pesan singkat yang membutuhkan daya tarik awal, terutama untuk isu kesehatan yang dekat dengan keseharian masyarakat. X lebih sesuai untuk pembaruan informasi cepat, sedangkan YouTube memberikan ruang bagi narasi edukasi yang lebih panjang dan mendalam. Facebook tetap berfungsi sebagai kanal distribusi informasi umum bagi masyarakat yang terbiasa mengakses konten berbasis komunitas dan jejaring pertemanan.

Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas media sosial tidak dapat digeneralisasi antarplatform. perbedaan platform memengaruhi desain pesan dan engagement audiens

dalam komunikasi kesehatan masyarakat (DePaula et al., 2022). Dengan demikian, strategi Kemenkes RI yang membedakan fungsi Instagram, TikTok, X, YouTube, Facebook, dan SnackVideo merupakan bentuk adaptasi terhadap affordance platform.

Temuan mengenai penggunaan berbagai platform juga dapat dijelaskan melalui konsep platform affordance, yaitu bahwa setiap platform memiliki fitur, norma penggunaan, dan bentuk interaksi yang berbeda. Instagram menyediakan affordance visual dan penyimpanan konten; TikTok dan SnackVideo menyediakan affordance video pendek dan algoritma penemuan konten; X menyediakan affordance kecepatan percakapan; YouTube menyediakan affordance narasi audiovisual panjang; sedangkan Facebook menyediakan affordance komunitas dan jejaring sosial yang lebih luas. Pada penelitian DePaula et al membuktikan bahwa perbedaan platform memengaruhi desain pesan dan engagement dalam komunikasi kesehatan masyarakat (DePaula et al., 2022). Persamaan dengan penelitian ini terletak pada temuan bahwa komunikasi kesehatan digital perlu disesuaikan dengan karakteristik platform. Perbedaannya, penelitian (DePaula et al., 2022) berfokus pada Twitter dan Facebook di lembaga kesehatan Amerika Serikat, sedangkan penelitian ini menelaah ekosistem multiplatform Kemenkes RI termasuk Instagram, TikTok, YouTube, dan SnackVideo.

Analisis *Engagement Audiens*

Engagement dalam pengelolaan media sosial Kementerian Kesehatan RI diamati melalui respons audiens terhadap unggahan, seperti *likes*, *comments*, *shares*, *reposts*, *saves*, jumlah penayangan, dan pola pertanyaan publik. Pada *platform* visual dan video pendek, *engagement* lebih banyak muncul dalam bentuk *likes*, *shares*, komentar singkat, dan penyimpanan konten. Pada X, *engagement* cenderung terkait dengan kecepatan percakapan, penyebaran ulang informasi, serta respons terhadap isu yang sedang berkembang. Pada YouTube, *engagement* dapat diamati melalui *views*, durasi tonton, komentar, dan keberlanjutan audiens mengikuti konten serial seperti podcast atau webinar.

Hasil penelitian tidak menyajikan angka *engagement* internal secara rinci karena akses terhadap dashboard insight tidak menjadi bagian utama data yang dapat dipublikasikan. Namun, secara kualitatif, *engagement* digunakan sebagai masukan untuk mengevaluasi relevansi topik, kejelasan pesan, waktu publikasi, dan format konten. Hal ini sejalan dengan (Kite et al., 2023) yang menegaskan bahwa *engagement* dalam kampanye kesehatan digital bukan hanya indikator popularitas, tetapi bagian dari mekanisme paparan ulang, percakapan sosial, dan kemungkinan perubahan pengetahuan atau perilaku. Oleh

karena itu, evaluasi engagement sebaiknya tidak berhenti pada jumlah interaksi, tetapi juga menilai kualitas komentar, sentimen publik, jenis pertanyaan, dan potensi misinformasi yang muncul dalam percakapan.

Tabel 2.
Indikator Engagement dan Interpretasi Evaluatif pada Media Sosial Kesehatan Pemerintah

Indikator	Makna evaluatif	Platform dominan	Implikasi pengelolaan
Likes/reactions	Daya tarik awal dan penerimaan audiens	Instagram, TikTok, Facebook	Menilai topik dan format yang menarik
Comments	Pertanyaan, tanggapan, kritik, dan potensi misinformasi	Instagram, X, Facebook, YouTube	Menentukan kebutuhan klarifikasi dan respons
Shares/reposts	Potensi perluasan jangkauan pesan	X, Facebook, TikTok, Instagram	Mengidentifikasi pesan yang mudah disebarluaskan
Saves	Nilai praktis dan kegunaan konten	Instagram	Menilai konten edukasi yang dianggap penting
Views/watch time	Keterpaparan dan daya tahan perhatian audiens	YouTube, TikTok, SnackVideo	Menilai kekuatan narasi dan durasi konten
Sentimen komentar	Kualitas respons publik	Semua platform	Dasar social listening dan perbaikan pesan

Sumber: hasil analisis penelitian, dikembangkan dari (Kite et al., 2023), (DePaula et al., 2022), dan (WHO 2025).

Temuan penelitian ini sejalan dengan (Ulayya et al., 2022) yang menyatakan bahwa media sosial pemerintah dapat memperkuat komunikasi publik dan interaksi dengan masyarakat. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa interaksi tidak cukup dipahami sebagai respons komentar, melainkan juga mencakup strategi pengelolaan platform, validasi substansi, dan evaluasi engagement. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada penjelasan lebih rinci mengenai proses pengelolaan konten kesehatan pemerintah.

Hasil penelitian juga sejalan dengan (Nugraha et al., 2024) yang menemukan bahwa kementerian dan lembaga pemerintah Indonesia menggunakan Instagram sebagai kanal penting dalam komunikasi publik. Persamaannya, Instagram diposisikan sebagai kanal yang kuat untuk menyampaikan pesan visual. Perbedaananya, penelitian (Nugraha et al. 2024) berfokus pada analisis konten Instagram kementerian/lembaga secara kuantitatif, sedangkan penelitian ini menganalisis pengelolaan media sosial kesehatan secara kualitatif dan multiplatform. Perbedaan ini penting karena publikasi informasi kesehatan memerlukan tata kelola substansi yang lebih ketat dibandingkan konten kelembagaan umum.

Temuan tentang pentingnya engagement sejalan dengan (Kite et al., 2023), yang menyatakan bahwa *engagement* menjadi elemen penting dalam model efek kampanye

kesehatan berbasis media sosial. Persamaannya adalah kedua penelitian sama-sama melihat bahwa keterlibatan audiens dapat memperluas paparan pesan. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa engagement pada konteks pemerintah harus dibaca secara hati-hati. Komentar tinggi tidak selalu berarti pesan berhasil; komentar dapat berisi pertanyaan, kritik, kebingungan, atau misinformasi. Oleh karena itu, engagement perlu dievaluasi secara kuantitatif dan kualitatif.

Penelitian ini juga mendukung temuan (Ghahramani et al., 2022) bahwa media sosial dalam promosi kesehatan tidak hanya berfungsi menciptakan *awareness*, tetapi juga memiliki potensi membangun interaksi, dukungan sosial, dan perubahan perilaku. Namun, dalam konteks pemerintah, potensi tersebut sangat bergantung pada kredibilitas sumber, kejelasan pesan, dan kemampuan merespons isu. Dengan demikian, pengelolaan media sosial kesehatan pemerintah perlu bergerak dari sekadar publikasi menuju social listening dan dialog berbasis bukti.

Tantangan Pengelolaan Konten Kesehatan Pemerintah

Tantangan pertama adalah menjaga keseimbangan antara kecepatan publikasi dan akurasi substansi kesehatan. Isu kesehatan sering berkembang cepat, sementara informasi yang dipublikasikan oleh instansi pemerintah harus melalui proses validasi agar tidak menimbulkan salah tafsir. Mekanisme approval berjenjang menjadi penting untuk menjaga kredibilitas, tetapi pada saat yang sama dapat memperlambat respons jika isu publik berkembang sangat cepat.

Tantangan kedua adalah penyesuaian pesan antarplatform. Konten yang efektif di Instagram belum tentu efektif di X atau YouTube. Pesan kesehatan sering memiliki substansi teknis, sehingga perlu diubah menjadi bahasa yang lebih ringkas, visual, dan aplikatif tanpa menghilangkan akurasi ilmiah. Tantangan ketiga adalah risiko misinformasi dan hoaks. (WHO, 2025) menekankan pentingnya social listening dalam manajemen infodemi agar institusi kesehatan mampu memantau percakapan publik, mengidentifikasi rumor, dan merancang respons yang etis serta berbasis bukti (World Health Organization, 2025).

Tantangan keempat adalah evaluasi berbasis data. Media sosial menyediakan banyak indikator, tetapi tidak semua indikator menunjukkan perubahan pengetahuan atau perilaku kesehatan. (Kite et al., 2023) mengingatkan bahwa banyak kampanye kesehatan digital hanya melaporkan reach dan engagement tanpa menilai outcome yang lebih substantif. Oleh karena itu, evaluasi media sosial pemerintah perlu menggabungkan metrik proses,

kualitas interaksi, respons isu, dan kontribusi konten terhadap pemahaman publik.

Model Pengelolaan Media Sosial Instansi Kesehatan

Berdasarkan temuan penelitian, model pengelolaan media sosial instansi kesehatan dapat dirumuskan sebagai siklus enam tahap, yaitu analisis isu dan audiens, perencanaan pesan, produksi konten, validasi substansi, publikasi dan distribusi, serta monitoring dan evaluasi. Siklus ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial kesehatan tidak dapat diperlakukan sebagai aktivitas teknis semata, melainkan sebagai proses komunikasi publik yang memerlukan dasar ilmiah, koordinasi lintas-substansi, dan evaluasi berkelanjutan.

Tabel 3.
Model Pengelolaan Media Sosial Instansi Kesehatan

Tahap	Aktivitas utama	Tujuan	Keluaran
1. Analisis isu dan audiens	Memantau isu kesehatan, kebutuhan publik, kalender program	Menentukan prioritas pesan	Daftar isu dan target audiens
2. Perencanaan pesan	Menentukan tema, tujuan, platform, dan gaya bahasa	Menjamin kesesuaian pesan dengan audiens	Rencana konten
3. Produksi konten	Menyusun naskah, desain, video, caption, dan visual	Membuat pesan mudah dipahami	Draft konten
4. Validasi substansi	Review teknis, editorial, dan approval berjenjang	Menjaga akurasi dan kredibilitas	Konten siap publikasi
5. Publikasi dan distribusi	Mengunggah konten sesuai platform dan waktu publikasi	Memperluas jangkauan pesan	Unggahan resmi
6. Monitoring dan evaluasi	Memantau engagement, komentar, sentimen, dan isu turunan	Memperbaiki strategi dan respons publik	Laporan evaluasi dan rekomendasi

Sumber: hasil analisis penelitian, dikembangkan dari (WHO, 2017), (OECD, 2021), dan (WHO, 2025).

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya penguatan dashboard evaluasi media sosial yang tidak hanya memuat statistik dasar, tetapi juga analisis kualitas engagement. Setiap unggahan sebaiknya dievaluasi berdasarkan tujuan komunikasi, platform, jenis konten, karakteristik audiens, sentimen komentar, dan tindak lanjut yang diperlukan. Pengelola media sosial kesehatan juga perlu memiliki protokol respons terhadap pertanyaan publik dan potensi hoaks agar komunikasi tidak berhenti pada publikasi satu arah.

Selain itu, model pengelolaan yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan pengembangan standar operasional komunikasi digital kesehatan. Model tersebut menempatkan analisis isu dan audiens sebagai titik awal, bukan sekadar membuat konten berdasarkan agenda institusi. Dengan demikian, publikasi informasi kesehatan akan lebih relevan, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung publikasi informasi kesehatan di Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Pemanfaatan media sosial dilakukan melalui pendekatan multiplatform dengan fungsi yang berbeda pada Instagram, TikTok, X, YouTube, Facebook, dan SnackVideo. Instagram dan TikTok berperan penting dalam edukasi visual dan video pendek, X untuk pembaruan cepat dan respons isu, YouTube untuk edukasi audiovisual berdurasi panjang, Facebook untuk perluasan jangkauan informasi umum, dan SnackVideo untuk memperkuat komunikasi kesehatan melalui format video pendek.

Pengelolaan konten media sosial Kementerian Kesehatan RI dilakukan melalui proses perencanaan, produksi, validasi substansi, publikasi, monitoring engagement, dan evaluasi. Tantangan utama pengelolaan konten meliputi kebutuhan menjaga akurasi informasi, kecepatan respons, penyesuaian format pesan antarplatform, risiko misinformasi, dan keterbatasan evaluasi berbasis outcome. Penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas media sosial pemerintah tidak hanya ditentukan oleh banyaknya kanal, tetapi oleh kesesuaian strategi pesan, segmentasi audiens, kualitas engagement, dan tata kelola konten yang sistematis.

Kementerian Kesehatan RI disarankan untuk memperkuat evaluasi berbasis data insight dan social listening, menyusun indikator engagement yang membedakan interaksi positif, pertanyaan, kritik, dan misinformasi, serta mengembangkan pedoman konten lintas-platform yang tetap menjaga akurasi substansi kesehatan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan mixed methods dengan menganalisis data statistik akun, sentimen komentar, dan wawancara audiens untuk mengukur hubungan antara publikasi media sosial dan peningkatan pemahaman kesehatan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, khususnya Biro Komunikasi dan Informasi Publik, atas kesempatan, dukungan, serta fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan penelitian yang menjadi dasar penyusunan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf Divisi Publikasi Media atas bantuan, arahan, dan pengalaman yang diberikan selama proses pengumpulan data. Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing serta berbagai pihak yang telah memberikan masukan dan dukungan

sehingga artikel ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

1. APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
2. DePaula, N., Hagen, L., Roytman, S., & Alnahass, D. (2022). Platform Effects on Public Health Communication: A Comparative and National Study of Message Design and Audience Engagement Across Twitter and Facebook. *JMIR Infodemiology*, 2(2), 1–18. <https://doi.org/10.2196/40198>
3. 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* 2022 22:1, 22(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/S12889-022-14885-0>
4. Kementerian Kesehatan RI. (2025). Kementerian Kesehatan RI kini hadir di SnackVideo! <https://kemkes.go.id/id/kementerian-kesehatan-ri-kini-hadir-di-snackvideo>. <https://kemkes.go.id/id/kementerian-kesehatan-ri-kini-hadir-di-snackvideo>
5. 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. *J Med Internet Res* 2023;25:E46345 <https://www.jmir.org/2023/1/E46345>, 25(1), 1–15. <https://doi.org/10.2196/46345>
6. Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., Handrina, E., & Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas, P. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 23–32. <https://doi.org/10.31933/ejpp.v5i1.1206>
7. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/asi/qualitative-data-analysis/book246128>
8. Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2024). Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 98–108.
9. OECD. (2021). *OECD Report on Public Communication: The Global Context and the*

Way Forward. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/22f8031c-en>.

10. Pasha, R. J. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintahan Pada Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang Provinsi Aceh. Repository IPDN.
11. Puspitasari, K., & Irwansyah. (2022). Fleksibilitas interpretatif teknologi web 2.0 bagi pengelola media sosial instansi pemerintah. *PROfesi Humas*, 6(2), 220–242.
12. Sugiyono. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (7th ed., Vol. 2). Alfabeta. <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>
13. Ulayya, K. N., Prihasari, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. 6(5), 2064–2071. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
14. WHO. (2017). WHO Strategic Communications Framework for effective communications. <https://www.who.int/docs/default-source/documents/communicating-for-health/communication-framework.pdf>
15. WHO. (2025). Social listening in infodemic management for public health emergencies: guidance on ethical considerations. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240108202>