

Strategi Konten Edukasi Kesehatan Pada Media Sosial Instagram

@yakespertamina

Brajamusia Risurya Sanggalih¹, Sri Dewi Setiawati²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,
brajamusa@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,
sridewisetiawati@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Social media has become one of the most effective communication tools in delivering information to the public, including health information. This study aims to analyze the health education content strategy implemented by Yakes Pertamina's Instagram account, focusing on how the platform is used to deliver information to the public, especially the younger generation. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data was collected through in-depth interviews with key informants, namely the medical advisor and social media specialist at Yakes Pertamina, as well as supporting informants from the PR department. Direct observation of Yakes Pertamina's Instagram account was also conducted to understand the pattern of content presentation, interaction with the audience, and the effectiveness of the strategies used. The results show that Yakes Pertamina uses an integrated visual communication approach through content in the form of infographics, short videos, and storytelling posts to increase audience appeal and understanding. Instagram's interactive features, such as polls, quizzes, and Q&A sessions, are optimally utilized to build relationships with followers and encourage active engagement. This strategy was designed to address the needs of the younger generation who prefer concise, visual and easily accessible information. However, there are challenges in reaching a wider audience, especially those who are less active on social media. This study concludes that Yakes Pertamina's content strategy is effective in raising health awareness, although it still needs strengthening in terms of topic diversification and consistency in responding to audiences. Recommendations include exploring more varied content themes, optimizing social media analytics to monitor the effectiveness of the strategy, and adjusting language styles to better suit the characteristics of the target audience. This research is expected to serve as a reference for other health institutions in developing digital communication strategies that are relevant, creative, and based on audience needs.

Keywords-content strategy, health education, Instagram, Yakes Pertamina, social media.

Abstrak

Media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, termasuk informasi kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten edukasi kesehatan yang diterapkan oleh akun Instagram Yakes Pertamina, dengan fokus pada cara platform tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi kepada publik, terutama generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan utama, yaitu medical advisor sekaligus social media specialist di Yakes Pertamina, serta informan pendukung dari bidang Humas. Observasi langsung terhadap akun Instagram Yakes Pertamina juga dilakukan untuk memahami pola penyajian konten, interaksi dengan audiens, dan efektivitas strategi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yakes Pertamina menggunakan pendekatan komunikasi visual yang terintegrasi melalui konten berupa infografis, video pendek, dan unggahan berbasis cerita (storytelling) untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens. Fitur interaktif Instagram, seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab, dimanfaatkan secara optimal untuk membangun hubungan dengan pengikut dan mendorong keterlibatan aktif. Strategi ini dirancang untuk menjawab kebutuhan generasi muda yang lebih menyukai informasi ringkas, visual, dan mudah diakses. Namun, terdapat tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama mereka yang kurang aktif di media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi konten Yakes Pertamina cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran kesehatan, meskipun masih

memerlukan penguatan dari segi diversifikasi topik dan konsistensi dalam merespons audiens. Rekomendasi yang diberikan meliputi eksplorasi tema konten yang lebih variatif, pengoptimalan analitik media sosial untuk memantau efektivitas strategi, dan penyesuaian gaya bahasa agar lebih sesuai dengan karakteristik audiens target. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi institusi kesehatan lain dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang relevan, kreatif, dan berbasis kebutuhan audiens.

Kata Kunci-strategi konten, edukasi kesehatan, Instagram, Yakes Pertamina, media sosial.

I. PENDAHULUAN

Yakes Pertamina memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan berbagai konten kesehatan, kebugaran, dan informasi penting lainnya, dengan menggunakan visual yang menarik agar mudah dipahami dan diingat audiens. Instagram memungkinkan Yakes Pertamina untuk berkomunikasi secara visual dan interaktif, menyampaikan informasi kesehatan kepada karyawan Pertamina dan keluarga mereka. Konten yang diunggah disusun dengan bahasa sederhana dan relevan untuk audiens, dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan edukasi kesehatan. Selain Instagram, website juga digunakan untuk memberikan informasi kesehatan yang lebih terstruktur dan komprehensif, memungkinkan interaksi dua arah dengan profesional kesehatan. Website dianggap lebih efektif untuk menyampaikan informasi kesehatan secara mendalam, terutama kepada remaja. Sementara itu, Instagram memberikan manfaat dengan menjangkau audiens lebih luas melalui gambar, infografis, dan video edukatif yang membuat konsep kompleks lebih mudah dipahami. Keberhasilan konten Yakes Pertamina di Instagram terlihat dari respons positif audiens, seperti jumlah like yang signifikan pada postingan tentang penyakit jantung. Pengelolaan konten yang tepat di media sosial memungkinkan Yakes Pertamina membangun kredibilitas sebagai sumber informasi kesehatan yang dapat diandalkan. PR memainkan peran penting dalam mengelola konten, memperkuat kesadaran merek, dan membangun hubungan dengan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi konten edukasi kesehatan di Instagram Yakes Pertamina, dengan mengukur tingkat interaksi dan dampaknya terhadap pengetahuan dan perilaku kesehatan masyarakat.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Analisis Strategi

Analisis strategi adalah proses untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi organisasi, melibatkan evaluasi faktor internal dan eksternal untuk merencanakan strategi yang efektif. Menurut David A. Schweidel dan Koen Pauwels (2016), analisis konten dari data media sosial dapat membantu merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memberikan wawasan tentang perilaku konsumen dan tren pasar. William D. Neilson dan Laura M. Johnson (2019) serta Gary Hamel dan C.K. Prahalad (2023) menekankan pentingnya analisis strategi dalam perencanaan jangka panjang untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi dan kompetensi inti. Analisis konten memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola dan tema yang tidak tampak langsung, memberikan data yang valid dan dapat direplikasi untuk meningkatkan efektivitas strategi.

B. Konten edukasi

Konten edukasi adalah materi yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap melalui pembelajaran yang sistematis (John Dewey, 2015). Menurut Katherine Green (2017), konten edukasi mencakup berbagai informasi yang disampaikan melalui media untuk mendidik dan memberikan pemahaman lebih dalam tentang suatu topik. Peter Senge (2023) menambahkan bahwa konten edukasi juga bertujuan untuk menginspirasi dan mengembangkan keterampilan kritis melalui pendekatan yang berpusat pada peserta didik. Konten ini disusun untuk meningkatkan pemahaman dan mengubah perilaku individu dengan kesadaran diri. Oleh karena itu, dasar teori konten edukasi penting dalam penelitian untuk memastikan analisis dilakukan dengan tepat dan efektif untuk mencapai tujuan edukasi berupa perubahan perilaku.

C. Media Sosial

Media sosial adalah platform berbasis web yang memungkinkan individu membangun profil publik atau semi-publik, mengelola daftar koneksi, dan melihat serta melintasi hubungan sosial dalam sistem tersebut (Boyd & Ellison, 2015). Menurut Kietzmann et al. (2017), media sosial menjadi sarana untuk berbagi informasi, ide, dan pesan melalui jaringan komunikasi sosial. Dalam penelitian yang berfokus pada analisis strategi konten, media sosial, seperti

Instagram, digunakan untuk memahami fenomena yang terjadi di platform tersebut. Analisis konten membantu mengidentifikasi pola, tema, dan makna dalam interaksi dan komunikasi, memberikan wawasan tentang cara pengguna berinteraksi, menyebarkan informasi, dan membentuk persepsi. Penelitian di Instagram menawarkan pemahaman bagaimana konten visual dan teks mempengaruhi perilaku dalam komunitas digital.

D. Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna berbagi konten visual seperti foto dan video, serta menggunakan fitur interaktif untuk komunikasi dan pemasaran digital. Algoritma canggih Instagram mempersonalisasi pengalaman pengguna dengan menampilkan konten yang relevan, meningkatkan engagement dan efektivitas strategi pemasaran (Firdaus, 2021). Menurut Sukmawati (2017), Instagram fokus pada konten visual, memungkinkan unggahan foto dan video pendek, serta interaksi melalui komentar dan pesan langsung. Fitur seperti filter, stiker, dan Stories mendukung konten yang lebih spontan dan otentik. Instagram menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan informasi edukasi, seperti diet sehat, dan memungkinkan peneliti menganalisis strategi konten untuk mengidentifikasi pola komunikasi serta dampaknya terhadap pemahaman dan perilaku audiens mengenai kesehatan.

E. Teori Public Relation

Teori strategi *Public Relations* (PR) yang dijelaskan oleh Cutlip dan Center memberikan pendekatan yang sistematis dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program PR. Tahapan-tahapan seperti Defining the Problem (Identifikasi Masalah atau Peluang), Planning and Programming (Perencanaan dan Pengembangan Program), Taking Action and Communicating (Pelaksanaan dan Komunikasi), dan Evaluating the Program (Evaluasi Program) menjadi dasar penting untuk merancang strategi PR yang efektif. Dalam konteks media sosial, seperti Instagram, setiap tahapan tersebut dapat diadaptasi untuk menciptakan kampanye yang relevan dan terukur. Analisis situasi, identifikasi audiens target, perencanaan konten yang tepat, serta pemantauan dan evaluasi kinerja kampanye melalui metrik yang relevan akan membantu dalam merancang dan mengoptimalkan strategi komunikasi yang efektif. Oleh karena itu, pendekatan strategis ini penting untuk memastikan bahwa pesan PR dapat tersampaikan dengan baik dan memberikan dampak yang diinginkan pada audiens.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang menekankan pentingnya konteks sosial dalam membentuk pengetahuan dan memahami fenomena sosial. Paradigma ini menganggap bahwa individu membangun pengetahuan melalui pengalaman dan interaksi sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan menggambarkan fenomena secara sistematis tanpa analisis teoritis yang mendalam. Subjek penelitian adalah individu yang berhubungan langsung dengan strategi konten edukasi kesehatan di Instagram @yakespertamina, sedangkan objeknya adalah strategi tersebut itu sendiri. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara online, dan observasi dilakukan dengan mencatat serta memotret saat wawancara. Analisis data mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan penekanan pada validitas data melalui triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber melibatkan perbandingan data dari berbagai informan, sementara triangulasi teknik menggabungkan berbagai metode pengumpulan data untuk memastikan validitas hasil penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

1. Tahap Perencanaan Konten Edukasi Akun Instagram @yakespertamina

Yakes Pertamina, didirikan pada 1977, merupakan lembaga kesehatan yang menyediakan layanan medis komprehensif bagi karyawan, pensiunan, dan keluarga PT Pertamina. Sebagai bagian dari strategi edukasi kesehatan, Yakes Pertamina memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan informasi tentang kesehatan preventif, gaya hidup sehat, dan layanan medis yang mereka tawarkan. Instagram Yakes Pertamina menargetkan audiens muda, seperti pekerja dan keluarga, mengingat keterbatasan akses pensiunan terhadap teknologi. Konten edukasi yang disajikan berbentuk visual, seperti video dan infografis, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan audiens dengan topik-topik kesehatan terkini. Meskipun sudah banyak dilakukan, masih ada harapan agar konten mencakup isu kesehatan mental dan nutrisi yang lebih mendalam, terutama dalam konteks kerja.

Yakes Pertamina menyusun konten Instagram yang relevan dengan kebutuhan audiensnya, yaitu pekerja dan

pensiunan Pertamina. Topik yang diangkat disesuaikan dengan kelompok audiens, seperti posisi duduk yang benar dan manfaat olahraga untuk pekerja, serta penyakit seperti asam urat dan diabetes untuk pensiunan. Konten dibagi menjadi dua kategori: konten reguler yang berkaitan dengan prevalensi penyakit di populasi Pertamina, dan konten incidental seperti perayaan hari kesehatan. Selain itu, Yakes Pertamina memperhatikan penggunaan bahasa yang mudah dipahami, meskipun topik yang dibahas sering melibatkan istilah medis. Konten yang disajikan dalam bentuk visual, termasuk video, juga terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens. Pengikut Yakes Pertamina menyarankan agar tema khusus dibahas secara rutin setiap bulan, seperti kesehatan jantung atau mental, dan agar konten disesuaikan dengan musim atau acara tertentu. Pendekatan ini memastikan konten yang disajikan tetap relevan, menarik, dan mudah dipahami, dengan kombinasi visual yang menarik dan bahasa yang sederhana.

Yakes Pertamina membagi tugas dalam pembuatan konten, termasuk pembuatan narasi, desain grafis, penyesuaian, dan persetujuan sebelum dipublikasikan. Selain itu, Yakes Pertamina menggunakan saluran komunikasi seperti Yakesenyapa dan grup WhatsApp untuk kampanye kesehatan, seperti kampanye diabetes yang melibatkan pensiunan Pertamina. Proses pembuatan konten dimulai dengan pemilihan tema dan perencanaan timeline kampanye, diikuti pengembangan konten bersama tim desain. Setelah selesai, konten direview untuk memastikan kelayakannya. Yakes Pertamina terus mencari pola untuk meningkatkan engagement di Instagram, dengan mempertimbangkan waktu publikasi, seperti jam kerja yang lebih efektif daripada prime time. Penting bagi Yakes Pertamina untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens melalui pemilihan kata yang tepat. Kesalahan dalam penyampaian informasi, terutama terkait kesehatan, bisa menimbulkan konsekuensi serius. Informasi yang disajikan, seperti infografis, dianggap bermanfaat dan mudah dipahami oleh pengikut. Konten juga relevan dengan kehidupan sehari-hari dan mendorong audiens untuk menerapkan kebiasaan sehat. Pengikut sering membagikan konten atau menyimpannya untuk referensi pribadi, menunjukkan konten tersebut memiliki nilai sosial dan edukatif. Mereka juga mengusulkan agar Yakes Pertamina mengadakan sesi live atau Q&A untuk interaksi lebih langsung dan mendalam.

2. Proses evaluasi konten instagram yang dilakukan oleh akun @yakespertamina

Evaluasi konten di akun Instagram Yakes Pertamina dilakukan secara berkala dengan memantau indikator seperti jumlah like, komentar, penonton, serta kenaikan jumlah pengikut. Meskipun sebagian besar interaksi berasal dari internal Yakes Pertamina, masukan dari atasan, seperti manajer IT dan medical advisor, juga menjadi bagian penting dalam evaluasi. Untuk konten video, fokus utamanya adalah pada jumlah penonton, dengan target 1.000-2.000 tayangan per video. Tim sosial media Yakes Pertamina menetapkan target produksi minimal dua konten per bulan, meskipun sering kali lebih dari itu. Proses evaluasi mengikuti siklus pemecahan masalah, mulai dari identifikasi hingga mencari solusi seperti penambahan SDM atau penyesuaian jadwal konten. Evaluasi manual dilakukan setiap tiga bulan untuk menilai perkembangan tayangan dan interaksi konten, termasuk pengaruh fitur seperti Reels yang dapat meningkatkan jumlah penonton secara bertahap.

Penentuan topik konten berdasarkan survei dan umpan balik audiens, dengan fokus pada kebutuhan informasi yang relevan. Dalam proses ini, rapat mingguan rutin diadakan untuk membahas ide konten baru, terutama terkait isu kesehatan, serta memastikan konten tetap menarik dan informatif. Selain itu, tim lintas fungsi turut dilibatkan untuk memastikan setiap postingan memenuhi standar kualitas dan relevansi. Tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga konsistensi dan mengikuti tren isu terkini. Saran untuk meningkatkan interaksi, seperti menambahkan fitur polling, kuis, dan live Q&A, juga menjadi masukan penting dari audiens dan informan pendukung. Kolaborasi dengan influencer kesehatan serta variasi konten, seperti tips kesehatan kulit, dianggap dapat menambah daya tarik dan keterlibatan pengguna. Secara keseluruhan, meskipun strategi konten Yakes Pertamina sudah dinilai baik, ada potensi pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan efisiensi dan dampaknya terhadap audiens.

Sebelum mempublikasikan konten kesehatan, Yakes Telkom melakukan pengecekan menyeluruh untuk memastikan keakuratan informasi dengan meminta konfirmasi dari dokter atau tim preventif. Proses ini penting untuk menghindari kesalahan informasi yang dapat berdampak negatif pada citra sosial media. Setelah konten disetujui dan dipublikasikan, mereka juga memantau umpan balik dari pengguna, seperti komentar tentang ukuran font atau keterbacaan, untuk terus memperbaiki dan menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens.

B. PEMBAHASAN

1. Tahap Perencanaan Konten Edukasi Akun Instagram @yakespertamina

Pada tahap perencanaan, tim Yakes Pertamina menerapkan pendekatan yang terstruktur, adaptif, dan berbasis data

audiens. Rapat mingguan rutin digunakan untuk berbagi ide kreatif sekaligus menganalisis data dari survei online, wawancara, serta umpan balik dari komentar dan pesan langsung di Instagram. Data ini digunakan untuk memahami tren, preferensi, dan kebutuhan audiens, terutama generasi muda, terkait isu kesehatan yang relevan. Proses perencanaan dimulai dengan pengumpulan data rinci tentang topik kesehatan yang diminati audiens, seperti kesehatan mental, pola makan sehat, dan gaya hidup aktif. Langkah ini sejalan dengan teori Public Relations dari Scott M. Cutlip dan Allen H. Center, yang menekankan pentingnya pengumpulan data untuk memahami kebutuhan audiens. Berdasarkan data ini, tim menetapkan tujuan strategis seperti meningkatkan keterlibatan audiens, menyampaikan informasi secara efisien, dan membangun hubungan emosional.

Strategi konten Yakes Pertamina dirancang dengan elemen interaktif seperti kuis, tantangan gaya hidup sehat, dan sesi tanya jawab langsung di Instagram. Format konten yang digunakan meliputi infografis berwarna, video singkat, dan tips praktis yang mudah dipahami. Pendekatan ini menekankan pentingnya visual menarik dan bahasa sederhana untuk membangun keterikatan emosional dengan audiens. Penggunaan Instagram sebagai platform utama menunjukkan pemahaman Yakes Pertamina terhadap preferensi generasi muda yang lebih menyukai informasi visual, cepat, dan interaktif. Dengan strategi ini, Yakes Pertamina berhasil menciptakan konten yang relevan, menarik, dan adaptif terhadap tren kesehatan terkini. Konten mereka tidak hanya informatif tetapi juga berorientasi pada membangun hubungan emosional dengan audiens, menciptakan dampak positif yang berkelanjutan. Strategi berbasis media sosial ini terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan tradisional seperti website dalam menjangkau generasi muda.

2. Evaluasi Konten Edukasi Akun Instagram @yakespertamina

Proses evaluasi konten dilakukan dengan menganalisis data insight Instagram, termasuk metrik interaksi seperti jumlah likes, views, dan komentar audiens. Pendekatan evaluasi ini mengacu pada teori Public Relations yang menekankan pentingnya analisis data untuk memahami preferensi audiens dan meningkatkan kualitas konten. Data evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan konten, sehingga memungkinkan perbaikan strategi konten di masa mendatang. Tim Yakes Pertamina melakukan evaluasi mendalam terhadap pola interaksi audiens untuk menyesuaikan topik konten dengan tren kesehatan terkini, seperti kesehatan mental dan gaya hidup aktif. Selain itu, mereka memanfaatkan fitur insight Instagram untuk mengevaluasi performa konten secara real-time. Pendekatan ini memungkinkan penyesuaian strategi berbasis data yang relevan dengan preferensi audiens, seperti penggunaan bahasa yang sederhana dan visual menarik. Pendekatan berbasis media sosial terbukti lebih efektif dibandingkan penggunaan website, yang meskipun menawarkan informasi mendalam, kurang menarik bagi generasi muda yang menginginkan konten singkat dan visual. Dengan evaluasi berbasis data, Yakes Pertamina berhasil meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus membangun kepercayaan. Strategi ini menjadi model inovatif dalam pengelolaan komunikasi kesehatan digital, khususnya untuk segmen generasi muda.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu Tim Yakes Pertamina menerapkan strategi perencanaan konten edukasi yang terstruktur dan berbasis data dengan melibatkan analisis survei, umpan balik audiens, serta inovasi seperti infografis dan pembaruan medis. Evaluasi berbasis data melalui metrik interaksi di Instagram mendukung efektivitas penyajian informasi, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memperkuat hubungan emosional dengan pengikut. Pendekatan adaptif ini tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran kesehatan masyarakat. Penelitian mendatang diharapkan mengeksplorasi hubungan antara konten edukasi kesehatan dan kepuasan audiens, serta dampak elemen interaktif seperti polling dan kuis terhadap keterlibatan audiens. Fokus pada penggunaan teori komunikasi dan gratifikasi audiens juga dapat memperkaya penelitian di bidang ini.

Bagi praktisi Yakes Pertamina dan organisasi kesehatan lainnya, pengembangan konten interaktif, pemantauan tren kesehatan terbaru, dan kolaborasi dengan influencer kesehatan direkomendasikan untuk menjaga relevansi, meningkatkan keterlibatan, serta memperluas jangkauan audiens. Strategi ini dapat memperkuat kredibilitas dan efektivitas komunikasi kesehatan di media sosial.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2015). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.

- Budiarto, E. (2020). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). SAGE Publications.
- Dewey, J. (2015). Democracy and Education. New York: Macmillan.
- Dorisman. (2018). Analisis strategi komunikasi dalam meningkatkan efektivitas pesan. Skripsi, Universitas Negeri Jakarta.
- Flick, U. (2018). An Introduction to Qualitative Research. SAGE Publications.
- Jonassen, D. H. (2015). Learning to Solve Problems: A Handbook for Designing Problem-Solving Learning Environments. Routledge.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. F. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). McNamara, C. (2023). Social media strategy in health communication. *Public Relations Review*. Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice. Sage Publications.
- Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392.
- Putu Dudik Ariawan. (2019). Analisis perilaku konsumen dalam strategi pemasaran. Tesis, Universitas Udayana.
- Rimal, R. N., & Lapinski, M. K. (2015). Why health communication matters: Language simplicity and public understanding. *Communication Research*, 32(4), 448-468.
- Scott, M. C., & Center, A. H. (2013). Effective Public Relations (11th ed.). New York: Prentice Hall.
- Statista. (2024). Number of active Instagram users worldwide from 2013 to 2024. Retrieved November 1, 2024,
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Udjulawa, B. Y. C., Marta, R. F., & Rewindinar. (2021). Edukasi kesehatan kulit perempuan Indonesia melalui media sosial pada akun Instagram @hi.flawless.
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. Sage Publications.