

Analisis Keputusan dan Pemahaman Perilaku Konsumen dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan

Alfito Rizky Arayana¹, Inge Alfiyah Damayanti², Mochamad Hidayatullah Zakki³,
Nikmah Hadiati Salisah⁴,

^{1, 2, 3, 4}Program Studi Ilmu Komunikasi Universita Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: 04020521047@student.uinsby.ac.id¹, 04010521017@student.uinsby.ac.id²,
04020521060@student.uinsby.ac.id³, nikmah.hadiati@uinsa.ac.id⁴

ABSTRAK

Komunikasi kesehatan menjadi peran utama penyebarluasan informasi kesehatan terutama dalam memilih, menggunakan produk atau layanan kesehatan. Fokus utama penelitian ini terletak pada perilaku konsumen dimana rumusan masalahnya mengenai bagaimana komunikasi kesehatan mempengaruhi perilaku konsumen. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini dilakukan berdasarkan studi literatur Untuk menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap perubahan perilaku konsumen dari sudut pandang komunikasi kesehatan. Hasil literatur menunjukkan bahwa pendekatan personal, sumber kredibel yang didukung oleh bukti ilmiah, strategi komunikasi berbasis emosi serta pemanfaatan media sosial dapat mendorong perubahan perilaku konsumen dalam menentukan penggunaan produk atau layanan kesehatan. Maka berdasarkan temua tersebut nantinya dapat memberikan implikasi penting bagi pembuat kebijakan dan praktisi kesehatan untuk mengembangkan kampanye melalui komunikasi kesehatan yang lebih efektif, dengan harapan dapat mendorong masyarakat menerapkan pola hidup yang lebih sehat dalam era digital saat ini.

Kata kunci: Komunikasi kesehatan; Perubahan perilaku konsumen; Produk dan layanan kesehatan

ABSTRACT

Health communication plays a pivotal role in disseminating health information, especially in the decision-making process concerning the selection and utilization of health products or services. This study primarily focuses on consumer behavior, with the research question centered on how health communication influences consumer behavior. Employing a qualitative approach, this research conducts a literature review to analyze the factors contributing to changes in consumer behavior from the perspective of health communication. The literature review reveals that personal approaches, credible sources backed by scientific evidence, emotion-based communication strategies, and the utilization of social media can drive changes in consumer behavior regarding the use of health products or services. Based on these findings, significant implications can be drawn for policymakers and health practitioners to develop more effective health communication campaigns, with the hope of encouraging the public to adopt healthier lifestyles in the current digital era.

Keyword: Health communication; Consumer behavior change; Health products and services

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen dalam sektor kesehatan merupakan fenomena kompleks yang melibatkan berbagai aspek, termasuk pengambilan keputusan untuk menggunakan,

memilih produk atau layanan kesehatan. Salah satu elemen kunci yang berkontribusi terhadap pengambilan keputusan konsumen adalah komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi tetapi juga sebagai sarana untuk mempengaruhi perilaku individu dan komunitas (Liliwer, 2009). Dalam era informasi yang melimpah, dimana akses terhadap data kesehatan semakin mudah, komunikasi kesehatan memainkan peran vital dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen (Kreps & Sparks, 2008; Noar & Zimmerman, 2008).

Pada era digital saat ini, komunikasi kesehatan cukup efektif digunakan dalam mempromosikan dan mengkampanyekan sesuatu terkait kesehatan. Selain itu pengguna media sosial yang meningkat drastis menambah kemudahan masyarakat dalam mengakses informasi mengenai produk atau layanan kesehatan. Sayangnya dari kemudahan-kemudahan tersebut menjadi tantangan bersama atas berkembangnya misinformasi. Pengguna media sosial sekaligus konsumen produk atau layanan kesehatan sangat mudah menerima informasi tanpa memastikan sumbernya sehingga mengakibatkan kepanikan yang menghambat penerimaan kebijakan pemerintah (Siregar & Bin Ahmad, 2019)

Ketergantungan akan penggunaan media sosial cenderung mengarahkan individu dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah mudah mengkonsumsi misinformasi tanpa melakukan verifikasi kebenaran informasi yang didapati (Khan and Idris, 2019). Studi pada tahun 2020 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan frekuensi penggunaan media sosial secara signifikan mempengaruhi perilaku individu dalam menyebarkan informasi yang tidak akurat (Hermawansyah & Pratama, 2021). Akibatnya, misinformasi yang beredar di media sosial membuat kebingungan, ketidakpercayaan terhadap informasi resmi, dan pada akhirnya dapat menghambat upaya untuk mempromosikan perilaku sehat.

Penelitian mengemukakan bahwa sebagian besar penderita penyakit diakibatkan ketidaktahuannya atau minimnya edukasi hingga kesalahpahaman informasi mengenai kesehatan. Seiras dengan tujuan komunikasi kesehatan yaitu untuk mengarahkan perilaku masyarakat menjadi lebih peduli tentang pentingnya menjaga dan meningkatkan kesehatan (Alfarizi, 2019). Dengan begitu kemudahan atas permintaan masyarakat modern yang juga terkait dampak komunikasi kesehatan dalam memberikan pemahaman masyarakat dan meningkatkan akses produk atau layanan kesehatan (Ajeng, A dkk., 2020).

Kajian penelitian yang mengulas pentingnya komunikasi kesehatan dalam perilaku konsumen sudah cukup banyak. Misalnya (Solihin dkk, 2022) yang mengemukakan bahwa komunikasi kesehatan diwujudkan dengan kerja kolaborasi unsur pemerintah, komunitas, perusahaan bidang kesehatan, media massa dan masyarakat. Penelitian tersebut menawarkan pendekatan komunikasi perubahan perilaku atau disebut dengan "*Social Behavior and Change Communication*" (SBCC). Penggunaan teori tersebut mempengaruhi perubahan perilaku konsumen melalui tiga strategi yaitu advokasi, mobilisasi sosial dan edukasi.

Perilaku konsumen merujuk pada proses di mana individu atau kelompok mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks kesehatan, perilaku konsumen melibatkan pemilihan layanan medis seperti rumah sakit, dokter, asuransi, dan konsumsi obat-obatan atau suplemen. Konsumen juga berperan dalam mengambil keputusan preventif, seperti mengikuti program-program kesehatan dari pemerintah atau menerapkan pola hidup sehat (Ajzen, 1991).

Adapun dalam penelitian terdapat kasus yang menjabarkan mengenai pemahaman perubahan perilaku konsumen dalam perspektif komunikasi kesehatan. Misalnya (Aditya, 2020) yang meneliti tentang program pemanfaatan sarana dan prasarana desa untuk menciptakan masyarakat sehat di Desa Rawabogo, Kabupaten Bandung. Penelitian ini mengungkapkan bahwa komunikasi kesehatan memainkan peran penting dalam penyampaian program, edukasi, dan informasi kesehatan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan komunikasi kesehatan yang efektif dapat mengubah perilaku masyarakat Desa Rawabogo menjadi lebih sehat. Selain itu, pelaksanaan komunikasi kesehatan di tingkat desa oleh (Suryani & Ferdinan, 2023), telah terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kebersihan dan sanitasi. Penelitian itu dilakukan oleh Pos Kesehatan Desa untuk mengubah kebiasaan buang air besar sembarangan di Desa Cit, Kecamatan Riau Silip, Kabupaten Bangka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan memiliki peran penting dalam proses komunikasi antara komunikator, yaitu Pemerintah Desa dan Puskesmas Riau Silip, dengan komunikan, yakni warga Desa Cit, terkait pesan atau materi tentang Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).

Berdasarkan penjelasan tersebut, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana konsumen melihat komunikasi kesehatan dari sudut pandang mereka ketika mereka memilih produk atau layanan kesehatan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku ini, diharapkan penelitian ini dapat membantu mengembangkan metode komunikasi kesehatan yang lebih baik, sehingga masyarakat dapat lebih bijak dalam memilih dan menentukan produk atau layanan kesehatan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan studi literatur, yang melibatkan pengumpulan data dan informasi yang dianalisis dari berbagai sumber tertulis, termasuk buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen lainnya, untuk menghasilkan kesimpulan secara teoritis (Sari dan Asmendri, 2020). Menurut Rosyidhana dalam (Rusmawan, 2019), studi literatur bertujuan untuk menggali informasi yang ada serta mengidentifikasi pola dan hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk atau layanan kesehatan.

Untuk mencapai tujuan ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi sumber-sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian dan mengelompokkannya berdasarkan tema dan relevansinya. Proses analisis data dilakukan melalui tiga langkah: pertama, mengkategorikan data dari hasil pengelompokan literatur; kedua, menganalisis hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi topik pembahasan; dan ketiga, mengintegrasikan hasil analisis untuk memberikan gambaran menyeluruh dan memperoleh pemahaman baru yang sesuai dengan topik yang diteliti. (Danandjaja, 2014).

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam konteks kesehatan serta mendukung pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengelompokan dari temuan-temuan artikel yang telah dikumpulkan untuk kemudian dilakukan analisis secara mendalam, didapati hasil final sepuluh artikel berikut ini yang sesuai dengan relevansi topik pada penelitian ini, Adapun analisis hasil temuan artikel-artikel tersebut didalamnya meliputi judul, nama penulis (author), tujuan, dan hasil/kesimpulan (Tabel 1).

Tabel 1. Struktur Jaringan

No	Judul, Author, Tahun	Tujuan	Hasil
1	Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. (Paramasari & Nugroho, 2021)	Strategi komunikasi kesehatan untuk mendorong partisipasi publik yang berkelanjutan selama pandemi COVID-19.	1. Kampanye komunikasi kesehatan perlu dilaksanakan secara terintegrasi dan berkelanjutan, dengan melibatkan para ahli di bidangnya. Pendekatan ini akan memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan mudah dipahami oleh masyarakat, serta meningkatkan kredibilitas informasi yang diberikan. 2. Penting untuk merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat dan efektif dalam penanganan COVID-19. Ini termasuk penggunaan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, siaran langsung, dan materi cetak, untuk menjangkau berbagai kelompok masyarakat dan memastikan bahwa informasi kesehatan sampai ke tangan mereka dengan cara yang paling sesuai. 3. Selain itu, perlu menyusun taktik dan eknik tindakan serta prosedur yang tepat, efektif, dan efisien. Ini meliputi pengembangan rencana yang jelas untuk penyebaran informasi, pelatihan bagi petugas kesehatan dan relawan, serta penilaian berkala untuk mengevaluasi dampak dari kampanye yang dilakukan. Dengan demikian, semua elemen dalam kampanye komunikasi kesehatan dapat berfungsi secara optimal untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
2	Penerapan Komunikasi Kesehatan Untuk Pencegahan Penyakit Leptospirosis Pada Masyarakat Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Sleman, Yogyakarta. (Endrawati, 2015)	Menganalisis penerapan komunikasi kesehatan dan kontribusinya dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat di Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Sleman, Yogyakarta, untuk mencegah penularan penyakit leptospirosis.	Penerapan komunikasi kesehatan dipengaruhi oleh tiga aspek: input, proses, dan output. Pelaksanaan komunikasi kesehatan terbukti dapat mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat dalam menghadapi penyakit leptospirosis.
3	Analisis Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Kesehatan Nasional dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan. (Laturrahmi dkk., 2020)	Menganalisis penerapan teori kognitif sosial dalam bidang komunikasi kesehatan untuk mengidentifikasi kecenderungan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat di Kabupaten Tulungagung..	1. Masyarakat Desa Boro, Kabupaten Tulungagung terjebak dalam informasi hoaks mengenai JKN-KIS, yang membuat mereka enggan berpartisipasi dalam program JKN-KIS, terutama bagi Non PBI. 2. Masyarakat lebih tertarik untuk mendapatkan JKN-KIS PBI karena mereka merasa bahwa pengeluaran bulanan untuk JKN-KIS Non PBI menjadi sia-sia jika tidak dimanfaatkan. Mitos yang berkembang akibat informasi hoaks ini semakin

No	Judul, Author, Tahun	Tujuan	Hasil
			diperkuat oleh rendahnya penyampaian informasi kepada masyarakat. 3. Rendahnya literasi kesehatan merupakan masalah utama yang menyebabkan munculnya misinformasi yang beredar.
4	Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Kunjungan Pelayanan Kesehatan. (Qoyyimah & Hartini, 2024)	Mengidentifikasi peran media sosial dalam mempengaruhi perilaku konsumen saat mengakses layanan kesehatan melalui studi tinjauan sistematis.	Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan dalam memilih fasilitas kesehatan untuk kunjungan pertama, kunjungan ulang, serta penggantian dokter atau layanan. Selain itu, memahami pola pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumen dan meningkatkan pemanfaatan media sosial sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.
5	Komunikasi Kesehatan dan Literasi Kesehatan: Dua Sisi Mata Uang yang Sama. (Miftahuddin dkk., 2024)	Untuk memahami bagaimana komunikasi yang efektif dalam penyuluhan kesehatan berinteraksi dengan tingkat literasi kesehatan individu.	Efektivitas komunikasi kesehatan sangat bergantung pada tingkat literasi kesehatan individu. Berbagai faktor, seperti bahasa yang digunakan, cara penyajian informasi, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sumber informasi kesehatan, memainkan peran penting dalam mempengaruhi pemahaman dan penerapan informasi kesehatan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kesehatan masyarakat, diperlukan pengembangan program komunikasi kesehatan yang efektif.
6	Pengaruh Komunikasi Antar Personal Dokter Dengan Pasien Pada Penerapan Gaya Hidup Sehat Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pasien Yang Berobat Di Praktek Dokter Keluarga Dr. Saarah Agustin Kecamatan Batik Nau Bengkulu Utara). (Monika, 2023)	Untuk mengetahui apakah upaya dokter dalam membangun komunikasi interpersonal yang baik dengan pasien mengenai penyampaian informasi tentang gaya hidup sehat selama pandemi memberikan pengaruh kepada masyarakat.	Hasil penelitian ini sejalan dengan teori komunikasi antarpribadi, yang menyatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh dokter kepada pasien berupa informasi mengenai penerapan gaya hidup sehat dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, komunikasi yang efektif antara dokter dan pasien sangat penting, karena dapat meningkatkan pemahaman pasien tentang kebiasaan sehat yang perlu diterapkan. Dengan demikian, dokter berperan sebagai komunikator yang menyampaikan informasi yang relevan dan bermanfaat, sementara pasien sebagai komunikan diharapkan dapat menerapkan informasi tersebut dalam rutinitas harian mereka.
7	Komunikasi Kesehatan oleh Pos Kesehatan Desa tentang Pentingnya Kebersihan (Studi pada Perilaku Buang Air Besar sembarang di Desa Cit Kecamatan Riau Silip Kabupaten Bangka Provinsi Bangka	Untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh pihak Pos Kesehatan Desa (Poskesdes) di Desa Cit Riau Silip, Kabupaten Bangka, Provinsi Bangka Belitung, dalam meningkatkan kesadaran	Komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Pos Kesehatan Desa mengenai pentingnya kebersihan di Desa Cit, Kecamatan Riau Silip, Kabupaten Bangka, terutama terkait perilaku buang air besar sembarangan, memiliki dampak yang signifikan. Komponen dalam komunikasi kesehatan ini meliputi komunikator, yaitu Pemerintah Desa dan Pos Kesehatan Desa Cit, serta promosi kesehatan yang

No	Judul, Author, Tahun	Tujuan	Hasil
	Belitung). (Suryani & Ferdinan, 2023)	masyarakat serta memberikan masukan bagi pihak Poskesdes dalam menerapkan komunikasi kesehatan terkait pentingnya kebersihan bagi masyarakat.	dilakukan oleh Puskesmas Riau Silip. Sasaran dari pesan komunikasi kesehatan ini adalah warga Desa Cit, Kecamatan Riau Silip, Kabupaten Bangka.
8	Komunikasi Kesehatan Pada Program Pemanfaatan Sarana Dan Prasarana Desa Rawabogo Untuk Kebutuhan Masyarakat Menuju Kehidupan Yang Sehat. (Aditya, 2020)	Menganalisis penerapan komunikasi kesehatan dan kontribusinya dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat di Desa Rawabogo, Ciwidey, Kabupaten Bandung, dalam usaha memanfaatkan sarana dan prasarana untuk mencapai kehidupan sehat.	1. Upaya untuk meningkatkan pemanfaatan sarana dan prasarana di Desa Rawabogo demi mencapai kehidupan yang sehat dilaksanakan melalui program-program di bidang kesehatan. 2. Untuk mewujudkan Desa Rawabogo yang sehat dan Jawa Barat yang sehat, diperlukan sinergi dari semua pihak, dengan kunci utama terletak pada kemampuan komunikasi. 3. Efektivitas komunikasi kesehatan berpengaruh terhadap individu dan masyarakat dalam mencapai kehidupan yang sehat.
9	Penguatan Promosi Kesehatan melalui Literasi Kesehatan pada Santri. (Rahman dkk., 2021)	Mendorong perubahan perilaku yang mencakup perubahan pengetahuan dan sikap remaja santri dalam mengolah informasi kesehatan melalui media sosial, sehingga santri dapat menyaring informasi kesehatan dan memiliki kemampuan untuk melawan hoaks.	Sosialisasi literasi kesehatan pada santri menunjukkan peningkatan pengetahuan dan sikap. Santri menjadi mengetahui dan memahami urgensi dalam menyaring informasi kesehatan sebelum dibagikan. Dengan demikian, pembangunan informasi kesehatan yang kredibel dapat dilakukan melalui promosi kesehatan dalam upaya pencegahan penyakit.
10	Analisis Perilaku Masyarakat dalam Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Peserta Program Keluarga Harapan (PKH) di Kecamatan Paminggir. (Marnah dkk., 2017)	Menganalisis perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan kesehatan bagi peserta Program Keluarga Harapan (PKH) di Kecamatan Paminggir.	Perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan kesehatan untuk peserta Program Keluarga Harapan (PKH) di Kecamatan Paminggir meliputi: 1. Jenis layanan kesehatan yang terdiri dari layanan medis dan layanan alternatif, di mana responden memahami perbedaan antara keduanya. 2. Keyakinan peserta PKH memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manfaat yang diterima; keyakinan positif responden mengenai manfaat layanan akan menghasilkan hasil yang baik. 3. Pemanfaatan layanan kesehatan juga tercermin dari penjelasan informan yang menyatakan bahwa mereka telah mengalami layanan tersebut secara langsung. 4. Jumlah peserta PKH yang memanfaatkan layanan kesehatan serta kecenderungan untuk kembali ke penyedia layanan tersebut.

No	Judul, Author, Tahun	Tujuan	Hasil
			5. Nilai budaya yang dimiliki peserta PKH sangat berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan kesehatan. 6. Rasa nyaman masyarakat, rasa kekeluargaan, hubungan yang baik, dan komunikasi yang efektif antara penerima dan penyedia layanan merupakan faktor yang mendorong penggunaan layanan kesehatan.

Dari hasil analisis literatur 10 artikel tersebut, terdapat beberapa faktor penting yang menjadi garis besar dalam penelitian ini untuk diulas lebih dalam. Faktor-faktor tersebut meliputi pendekatan personal, sumber informasi yang kredibel, strategi komunikasi berbasis emosi, dan pemanfaatan media sosial.

Pertama, Pendekatan Personal yang didasari atas interaksi langsung antara tenaga kesehatan, pemerintah terkait, dan konsumen terbukti meningkatkan kepercayaan dan pemahaman tentang produk atau layanan kesehatan. Pendekatan personal ini mencakup tatap komunikasi muka, konsultasi langsung, dan penyuluhan kesehatan yang dilakukan oleh tenaga medis. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat membangun hubungan saling percaya antara penyedia layanan dan konsumen (Kreps & Thomson, 1992). Ketika konsumen merasa didengarkan dan diperhatikan dalam interaksi tersebut, mereka cenderung lebih terbuka dalam menerima informasi dan saran yang diberikan. Hal ini sangat penting dalam konteks kesehatan, di mana keputusan yang diambil oleh konsumen sering kali berkaitan dengan kesejahteraan mereka.

Selain itu, pendekatan personal juga memungkinkan tenaga kesehatan untuk menyesuaikan informasi dengan kebutuhan spesifik konsumen. Seperti pada temuan artikel di atas yang menunjukkan bahwa interaksi langsung antara dokter dan pasien sangat penting dalam membangun kepercayaan (Monika, 2023). Dalam konteks pandemi COVID-19, komunikasi interpersonal menjadi lebih relevan, di mana pasien membutuhkan dukungan emosional dan informasi yang jelas mengenai kondisi kesehatan mereka. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Endrawati, 2015), dalam isinya ia menekankan pentingnya komunikasi langsung dalam pencegahan penyakit, seperti leptospirosis, di mana keterlibatan tenaga kesehatan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang risiko kesehatan.

Kedua, Sumber informasi yang kredibel memegang peranan penting dalam membentuk keputusan konsumen, terutama di era digital. Konsumen cenderung mencari informasi dari sumber terpercaya seperti dokter, ahli gizi, atau organisasi kesehatan yang memiliki reputasi baik (Prasanti, 2018). Di era digital saat ini, mana informasi dapat dengan mudah diakses secara online, penting bagi konsumen untuk dapat membedakan antara sumber yang kredibel dan tidak kredibel. Pada temuan hasil penelitian mendeskripsikan bahwa masyarakat lebih cenderung mempercayai informasi yang berasal dari sumber yang kredibel, seperti dokter atau lembaga kesehatan resmi (Laturrahmi dkk., 2020). Hal Ini menunjukkan bahwa kredibilitas sumber informasi sangat mempengaruhi keputusan konsumen terkait penggunaan layanan kesehatan. Selain itu, artikel lainnya juga menunjukkan bahwa literasi kesehatan menjadi sebuah hal yang penting yang akan digunakan sebagai alat untuk membantu konsumen memahami informasi yang mereka terima dan membuat keputusan yang tepat (Miftahuddin dkk., 2024).

Ketiga, Strategi komunikasi berbasis emosi, strategi komunikasi ini terletak pada aspek sentuhan emosional yang dipastikan mampu mempengaruhi keputusan konsumen. Pesan-pesan yang dirancang untuk membangkitkan emosi positif atau empati dapat mendorong konsumen untuk lebih memperhatikan isu-isu kesehatan. Salah satunya terdapat pada temuan artikel yakni mengenai strategi komunikasi yang efektif selama pandemi COVID-19 terbukti mampu membangkitkan emosi positif di masyarakat, sehingga meningkatkan partisipasi publik dalam program kesehatan (Paramasari & Nugroho, 2021).

Kemudia terdapat juga pada artikel lainnya yang mengarah pada komunikasi berbasis emosi pada aspek psikologi yakni pada nilai-nilai budaya seperti budi pekerti (Marnah dkk., 2017). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa nilai budaya masih dipegang erat seperti saling memberikan kenyamanan, rasa kekeluargaan, terjalinnya hubungan komunikasi yang baik antara pemakai layanan dan penyedia layanan. Hal tersebut merupakan bentuk daripada strategi berbasis emosi yang mengarah pada hal positif mengenai strategi komunikasi kesehatan. harus mempertimbangkan unsur emosional untuk mencapai dampak yang lebih besar.

Keempat, Pemanfaatan media sosial. Kita tahu bahwa adanya perkembangan pengguna internet di era digital saat ini menjadikan media sosial menjadi platform penting dalam penyebaran informasi kesehatan. Interaksi antar pengguna di media sosial memungkinkan pertukaran informasi dan pengalaman secara cepat dan luas (Moorhead dkk., 2013). Pada hasil temuan data dijelaskan bagaimana media sosial berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen maupun mengakses layanan kesehatan (Qoyyimah & Hartini 2024). Media sosial tidak hanya sebagai saluran penyebaran informasi tetapi juga sebagai platform untuk diskusi dan pertukaran pengalaman antar pengguna. Namun, tantangan muncul ketika misinformasi juga menyebar dengan cepat melalui platform tersebut. Konsumen perlu dilengkapi dengan keterampilan literasi media untuk dapat memperoleh keakuratan informasi yang mereka terima. Seperti artikel yang ditulis (Rahman dkk., 2021) yang menyatakan pentingnya sosialisasi literasi kesehatan dimana risetnya telah menunjukkan peningkatan pengetahuan dan sikap mengolah serta menyaring informasi kesehatan melalui media sosial sehingga kemampuan dalam menganalisis maupun merespon derasnya masalah hoax di dunia maya. Komunikasi kesehatan tidak hanya dimanfaatkan sebagai saluran penyebaran informasi tetapi juga sebagai alat untuk edukasi mengenai cara mengenali dan menghindari misinformasi.

Dari hasil temuan di atas menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan merupakan elemen krusial dalam membentuk atau mempengaruhi perilaku konsumen dan mendorong perubahan positif (Mardiana, 2017). Pendekatan personal dan sumber kredibel tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga mendorong perubahan perilaku positif. Penggunaan strategi komunikasi berbasis emosi terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen, sementara media sosial memungkinkan interaksi dua arah tanpa batasan ruang dan waktu bagi khalayak umum untuk dijadikan sebagai sarana diskusi, edukasi hingga penyampaian informasi mengenai isu-isu kesehatan melalui platform seperti Instagram dan Twitter berperan penting dalam menjangkau berbagai lapisan masyarakat, meningkatkan akses terhadap informasi kesehatan, dan mempromosikan perubahan perilaku (Hasibuan dkk., 2024). Berdasarkan hasil pembahasan dari artikel-artikel yang telah dilakukan analisis untuk mendapati pemahaman mengenai perilaku konsumen dinilai memiliki implikasi yang sangat positif dengan agenda-agenda kesehatan melalui komunikasi kesehatan.

KESIMPULAN

Keterkaitan mengenai komunikasi kesehatan yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen telah banyak dibuktikan dari berbagai penelitian. Namun dalam riset dan analisis pada penelitian ini telah dijelaskan bahwa terdapat faktor penting yang mendorong perilaku konsumen dalam menentukan keputusan maupun memberikan pemahaman tersendiri bagi konsumen untuk menentukan produk dan layanan kesehatan. Melalui pendekatan personal, sumber yang kredibel, strategi komunikasi berbasis emosi dan pemanfaatan media sosial, komunikasi kesehatan terlaksana secara efektif dan berdampak signifikan pada pembuat kebijakan dalam merancang strategi kampanye, edukasi, penyebaran informasi maupun kepada para konsumen yang meliputi masyarakat pengguna produk dan layanan kesehatan. Selain itu dengan pemahaman faktor-faktor tersebut akan memberikan kesegaran mengenai tantangan yang ada, seperti minimnya informasi maupun banyaknya informasi yang mengarah pada kasus misinformasi. Maka dengan pemahaman dan keputusan secara bijak mengenai fungsi komunikasi kesehatan secara efektif sebagai pembaruan mengenai komunikasi kesehatan dan perilaku konsumen dapat memberikan implikasi baik kepada pembuat kebijakan, para praktisi kesehatan dan masyarakat secara umum.

REKOMENDASI

Keterbatasan penelitian ini mencakup bias potensi dalam pemilihan literatur serta batasan konteks budaya yang mungkin tidak sepenuhnya terwakili. Riset lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi dampak spesifik dari berbagai platform media sosial terhadap perilaku konsumen serta melakukan studi lapangan untuk mendapatkan data empiris yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. (2020). Komunikasi Kesehatan Pada Program Pemanfaatan Sarana dan Prasarana Desa Rawabogo Untuk Kebutuhan Masyarakat Menuju Kehidupan yang Sehat. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 1(2). <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v1i2.505>
- Ajeng, A, H. M., Chalifah, R., Putri, N. M., & Rahayu, W. (2020). Komunikasi Kesehatan dan Penanganan Covid 19 di Kalangan Keluarga. *Universitas Islam Indonesia*.
- Alfarizi, M. (2019). Komunikasi Efektif Interprofesi Kesehatan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit. *ETTISAL : Journal of Communication*, 4(2), 151. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v4i2.3568>
- Endrawati, E. (2015). *Penerapan Komunikasi Kesehatan Untuk Pencegahan Penyakit Leptospirosis Pada Masyarakat Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Sleman, Yogyakarta*. 7(1).
- Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia Dengan Metode EFA dan MCA. *Techno.Com*, 20(1), 69–82. <https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4289>
- Kreps, G. L., & Thomson, B. C. (1992). *Health Communication: Theory & Practice*. Waveland Press.
- Laturrahmi, Y. F., Swastikawara, S., & Wardasari, N. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Kesehatan Nasional dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan. *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(2), 87–100. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.10040>

- Liliwer, A. (2009). *Dasar dasar Komunikasi Kesehatan*. Pustaka Pelajar. http://ucs.sulselib.net//index.php?p=show_detail&id=93496
- Mardiana, S. (2017). *Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentu Perilaku Konsumen*.
- Marnah, M., Husaini, H., & Ilmi, B. (2017). Analisis Perilaku Masyarakat dalam Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Peserta Program Keluarga Harapan (PKH) di Kecamatan Paminggir. *Jurnal Berkala Kesehatan*, 1(2), 130. <https://doi.org/10.20527/jbk.v1i2.3152>
- Miftahuddin, M. C., Budiyanto, J. H., & Dewanto, F. (2024). *Komunikasi Kesehatan dan Literasi Kesehatan: Dua Sisi Mata Uang yang Sama*. 8(2).
- Monika, A. D. (2023). Pengaruh Komunikasi Antar Personal Dokter Dengan Pasien pada Penerapan Gaya Hidup Sehat di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pasien yang Berobat di Praktek dokter keluarga dr. Saarah Agustin Kecamatan Batiknau Bengkulu Utara). *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 7(2), 168–177. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.7.2.168-177>
- Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(1), 123–132. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2036>
- Qoyyimah, M., & Hartini, S. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Kunjungan Pelayanan Kesehatan. *MAHESA: Malahayati Health Student Journal*, 4(11), 4962–4978. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v4i11.15992>
- Rahman, H., Alam, S., Ahmad, A., Bachmid, F., Bangsawan, A. A., & Edar, A. N. (2021). *Penguatan Promosi Kesehatan melalui Literasi Kesehatan pada Santri*. 1(01).
- Siregar, S., & Bin Ahmad, A. H. (2019). Eksistensi Komunikasi Empati dalam Pencegahan Penuntutan Hukum Pasien Kepada Dokter. *Legalitas: Jurnal Hukum*, 10(1), 9. <https://doi.org/10.33087/legalitas.v10i1.154>
- Suryani, M., & Ferdinan. (2023). Komunikasi Kesehatan oleh Pos Kesehatan Desa tentang Pentingnya Kebersihan (Studi pada Perilaku Buang Air Besar sembarang di Desa Cit Kecamatan Riau Silip Kabupaten Bangka Provinsi Bangka Belitung): Indonesia. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 136–155. <https://doi.org/10.47995/jik.v5i2.112>