

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyakit kronis hingga saat ini masih menjadi penyebab kematian tertinggi dengan mortalitas dan morbiditas yang semakin meningkat setiap tahunnya. Penyakit jantung, stroke, kanker, penyakit paru obstruktif kronis dan diabetes mellitus (DM) merupakan penyakit kronis yang menyebabkan *global burden disease* (World Health Organization, 2020).

Diabetes mellitus (DM) merupakan salah satu penyakit kronis dengan tingkat morbiditas dan mortalitas yang tinggi. Pada tahun 2021 *International Diabetes Federation (IDF)* melaporkan bahwa secara global jumlah penderita DM mencapai 537 juta jiwa, yang jumlahnya semakin meningkat dan diikuti pada usia muda (International Diabetes Federation, 2021).

Di Indonesia, peningkatan prevalensi dilaporkan hampir terjadi di semua provinsi selama dari periode 2013-2018. Daerah Istimewa Yogyakarta menempati peringkat kedua dari empat besar provinsi dengan prevalensi DM tertinggi di Indonesia. Cakupan penderita DM pada responden yang tinggal di wilayah perkotaan lebih tinggi dibandingkan yang tinggal di perdesaan, yaitu 2% berbanding 1% pada Riskesdas 2013 dan 1,89% berbanding 1,01% (Kementrian kesehatan republik indonesia, 2020).

Berbagai studi melaporkan bahwa saat ini prevalensi DM meningkat secara signifikan dan semakin banyak terdiagnosis pada usia muda. Kondisi ini mendorong setiap daerah untuk segera melakukan upaya preventif dan promotif sedini mungkin. Perubahan gaya hidup remaja saat ini yang cenderung *sedentary* dan pola makan yang tidak sehat mengarah pada terjadinya kelebihan berat badan dan obesitas. Selain itu, kemudahan teknologi yang membuat rendahnya aktivitas fisik dan tingginya tingkat stres pada remaja semakin meningkatkan resiko terkena DM sehingga dapat menyebabkan penurunan kualitas hidup populasi remaja (Kansra et al., 2021; Twig et al., 2020)

Hasil Riset Kesehatan Dasar tahun 2018 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan prevalensi DM yang terdiagnosis pada umur ≥ 15 yaitu mencapai 2% dimana hasil Riskesdas 2013 sebesar 1,5%. Dari total penderita DM, baru sekitar 25% yang mengetahui bahwa dirinya menderita DM, hal ini menunjukkan bahwa prevalensi DM yang tinggi belum diikuti *awareness* pada individu terkait DM (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018). Seperti penyakit kronis dan tidak menular lainnya, DM juga memiliki faktor risiko atau faktor pencetus yang berkontribusi terhadap kejadian penyakit. Upaya pengendalian faktor risiko dapat mencegah DM dan menurunkan tingkat fatalitas.

Pencegahan penyakit tidak hanya bertujuan mencegah terjadinya penyakit, tetapi juga mencakup upaya pengurangan faktor risiko. Upaya pengurangan dan penghentian perkembangan penyakit untuk menghindari terjadinya komplikasi

dapat dicegah dengan upaya preventif sedini mungkin melalui adanya promosi kesehatan.

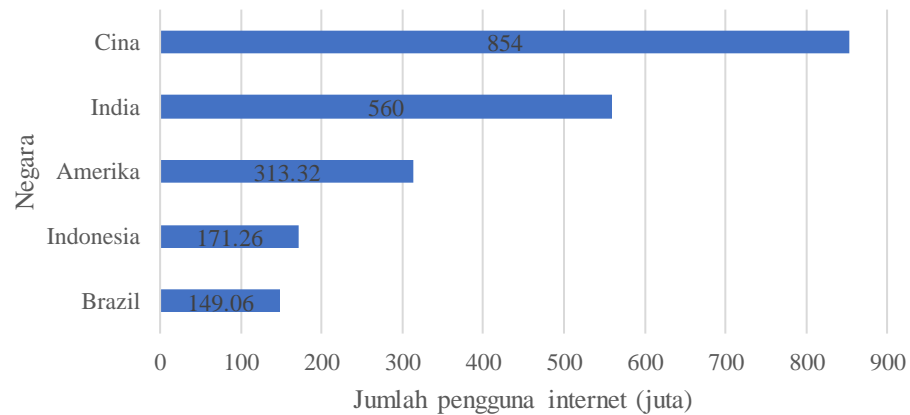
Berdasarkan Piagam Ottawa tahun 1986, promosi kesehatan merupakan proses yang dilakukan dalam upaya peningkatan kemampuan berupa kontrol diri seseorang untuk meningkatkan dan memelihara kesehatan diri mereka sendiri. *World Health Organisation* (WHO) mendefinisikan promosi kesehatan sebagai proses pemberdayaan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan kendali atas perilaku hidup sehat. Kemampuan untuk mengontrol determinan kesehatan berpengaruh dalam meningkatkan derajat kesehatan suatu individu. Terdapat lima hal yang berpengaruh dalam upaya promosi kesehatan, yaitu terkait kebijakan kesehatan publik (*Health Public Policy*), lingkungan yang suportif (*Supportive Environment*), reorientasi fasilitas pelayanan kesehatan (*Reorient Health Service*) sebagai penyedia layanan kesehatan, kemampuan masing masing individu (*Personnel Skill*), dan gerakan masyarakat atau komunitas (*Community action*) (Shermer, 2004).

Kemampuan identifikasi masalah terkait kebutuhan ataupun masalah yang ada di lingkungan menjadi hal yang penting dalam upaya mewujudkan perubahan dan pemenuhan akan kebutuhan fisik, mental dan sosial yang sehat pada individu maupun kelompok. Dalam proses pelaksanaannya, promosi kesehatan dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu kemauan dan kemampuan. Peningkatan kesehatan suatu individu atau kelompok dapat tercapai apabila mereka mampu dan mau meningkatkan serta memelihara kesehatan dengan

menerapkan perilaku dan menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perilaku kesehatan yang baik. Keberhasilan promosi kesehatan ditentukan oleh pengaruh yang ada pada individu, situasi, kesempatan dan kecenderungan budaya selektif pada masing-masing individu. Faktor personal terkait *skill*, perilaku, dan sumber daya yang ada, serta faktor situasional terkait infrastruktur, norma, peraturan, regulasi, dan perubahan era yang cepat menjadi tantangan dalam promosi kesehatan (Susilowati, 2016; World Health Organization, 2007).

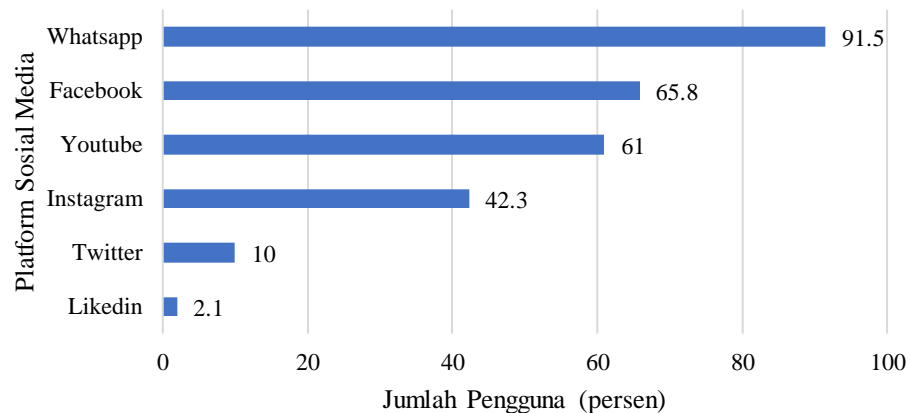
Pada era industri 4.0 saat ini, perkembangan digital terjadi secara cepat dan signifikan. Pada era yang dikenal sebagai era disrupsi ini, tuntutan percepatan akses komunikasi dan informasi secara masif menjadi kebiasaan baru yang berpengaruh pada perilaku individu maupun kelompok. Penyebaran informasi saat ini terjadi secara cepat seiring dengan peningkatan penggunaan sosial media. Pada tahun 2020 lebih dari setengah populasi dunia menggunakan sosial media. Per Maret 2021, jumlah pengguna internet di dunia mencapai 4,13 miliar pengguna. Angka tersebut mencapai 41% dari total populasi dunia, dimana pengguna internet terbanyak di dunia ditempati oleh Cina dan disusul oleh India, Amerika, Indonesia, dan Brazil (Statista, 2020)

Daftar 5 Negara Pengguna Internet Tertinggi di Dunia



Berdasarkan hasil survei yang diterbitkan pada Juni 2020 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 196 juta penduduk atau sekitar 73,7 persen dari total populasi sudah terjangkau internet. Selain itu, penggunaan sosial media di Indonesia mencapai 59% pada Januari 2020 dimana 160 juta orang menggunakan media sosial di Indonesia pada Januari 2020. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII pada 7000 responden pada bulan Juni 2020, Whatsapp merupakan aplikasi bertukar pesan yang paling diminati, dan diikuti Facebook, Youtube, Instagram, dan LinkedIn (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Persebaran Penggunaan Sosial Media di Indonesia



Adanya pengguna sosial media yang masif menjadi peluang bagi perusahaan di berbagai sektor industri untuk branding, penjualan, layanan pelanggan, pengembangan produk, dan keterlibatan konsumen, salah satunya yaitu pada sektor industri kesehatan. Di Indonesia, penggunaan internet terutama aplikasi media online berdampak pula pada pola informasi kesehatan. Sebesar 52.49% pengguna sosial media menggunakan platform tersebut untuk mengakses informasi kesehatan (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020). Ketepatan informasi dalam konten kesehatan yang dibagikan masih jarang diperhatikan dan menjadi penting untuk dikelola sesuai dengan *evidence based medicine* (EBM) yang dikemas secara praktis sehingga mudah dipahami dan menghindari adanya disinformasi baik dalam aspek promotif, preventif maupun kuratif. Hal ini menjadi peluang dan tantangan penggunaan internet, media sosial, dan

aplikasi dalam upaya pelayanan kesehatan preventif agar semakin meningkatkan *awareness* dan dapat terhubung dengan mudah dengan fasilitas pelayanan kesehatan primer. Upaya promosi kesehatan, perubahan dan inovasi diperlukan dalam mengimbangi perkembangan jaman sehingga tetap relevan dan menarik. Pemilihan metode edukasi yang tepat menjadi faktor utama keberhasilan dalam upaya penyampaian pesan kesehatan (Kusumo, 2021).

Promosi kesehatan sebagai upaya perubahan gaya hidup dan perilaku hidup sehat memerlukan peran dari perhatian pada masing masing individu. Dalam rangka membuat individu berkeinginan untuk mengakses informasi terkait promosi kesehatan, konten, media atau sistem di jejaring sosial online, konten yang disampaikan harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak hanya memaparkan informasi, tetapi harus menarik perhatian, menghibur, mengarahkan kepada stimulasi evaluasi diri / *self-discovery* terkait pola hidup dan timbul kesadaran untuk berupaya menjaga kesehatan diri (Kamal et al., 2014).

Sebelum seseorang dapat dipengaruhi oleh pesan iklan, dimana pada konteks penelitian ini adalah promosi kesehatan, mereka harus terlebih dahulu menaruh perhatian atau tertarik dan berminat dalam menerima informasi yang disampaikan. Perhatian seseorang merupakan alokasi yang diberikan berdasarkan mental, visual atau kognitif terhadap suatu benda

atau informasi yang terlihat secara langsung maupun konseptual. Upaya menarik perhatian bukanlah hal yang mudah namun memungkinkan. Situasi spesifik yang rumit perlu diidentifikasi dan dipahami sehingga penentuan komponen yang terlibat pada bentuk komunikasi yang ingin disampaikan tergantung pada pesan, pengirim, penerima, media, dan konteks (Teixeira, 2014). Penggunaan media visual merangsang proses berpikir dan membuat pesan kesehatan lebih mudah dipahami (Kusumo & Kusumawati, 2022).

Terdapat sebuah model terkait pemanfaatan jejaring sosial online yang dituangkan dalam kerangka konseptual yang disebut *Appeal, Belonging Commitment Framework (ABC Framework)*. Kerangka konseptual ini menjelaskan tentang jaringan sosial online yang dirancang untuk memotivasi perubahan perilaku kesehatan. Konsep ini menghubungkan pentingnya tiga dimensi yaitu *appeal* sebagai determinan individu, *belonging*/ kepemilikan sebagai determinan sosial, dan komitmen sebagai pertimbangan temporal dalam memotivasi perubahan perilaku kesehatan (Kamal et al., 2012). Ketiga dimensi tersebut telah menjelaskan bagaimana model jejaring social online yang dapat memotivasi perubahan perilaku kesehatan, namun belum dijelaskan terkait platform social media seperti apa yang relevan. Promosi kesehatan diperlukan untuk membangun kesadaran, menjual produk, dan memenangkan kompetisi. Kemampuan

menarik perhatian yang tepat diperlukan untuk suatu promosi dapat mencetuskan atau memberikan dampak pada suatu individu sebagai sebuah motivasi. Adanya motivasi pada individu akan mengarahkan seseorang pada kesiapan dan aksi. Dimana semakin besar perhatian yang diberikan semakin besar pula dampak yang dicapai, sehingga strategi promosi harus tepat dan relevan.

Kesadaran akan upaya preventif membutuhkan perubahan sudut pandang yang mendasar pada individu dalam memahami dan mengakses pelayanan kesehatan. Upaya ini sejalan dengan WHO yang menginisiasi adanya *Health Promoting Hospital* (HPH) yang bertujuan untuk mendukung rumah sakit agar lebih menekankan kegiatan promosi kesehatan dan pencegahan penyakit, daripada menjadi layanan yang hanya berfokus pada upaya diagnostik dan kuratif. Strategi HPH berfokus pada pemenuhan kebutuhan fisik, mental, dan kebutuhan sosial dari pasien dengan penyakit kronis dan lansia, serta pemenuhan kebutuhan staf rumah sakit yang mengalami stres fisik dan psikologis saat melakukan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan lingkungan (International Network of Health Promoting Hospitals and Health Services, 2020). Pada tingkat rumah sakit, peran tersebut merupakan tugas dari suatu unit kerja fungsional yang dikenal sebagai Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) (Kemenkes RI, 2017).

Pada pola hidup populasi remaja saat ini dimana mereka lebih beresiko menderita DM, pemahaman terhadap penyakit diperlukan adanya paparan terhadap informasi terkait. Tingginya penggunaan internet pada remaja dapat menjadi peluang bagi persebaran informasi promosi kesehatan. Keberadaan jaringan sosial *online* melalui sosial media yang berupa platform komunikasi diharapkan dapat menghubungkan, membangun hubungan melalui informasi yang diperoleh dan dibagikan pada suatu komunitas. Penggunaan sosial media yang memberi dampak positif pada persepsi perubahan perilaku di bidang kesehatan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan akan kesehatan melalui penyampaian pesan singkat kepada orang-orang yang ditargetkan (AIDmour et al., 2020). Kebanyakan remaja menganggap pesan promosi kesehatan yang ada saat ini belum dapat menarik minat mereka dan pesan tidak membantu mereka mengatasi hambatan yang dirasakan dan tidak dikemas atau relevan bagi mereka (Berry et al., 2018). Penggunaan sosial media untuk tujuan kesadaran kesehatan secara positif dipengaruhi oleh persepsi kegunaan sosial media dan desain atau bentuk informasi kesehatan yang disampaikan (Alsisi et al., 2020). Penyampaian secara santai dan menghibur membuat informasi dapat ditangkap dan dipahami dengan mudah (Kusumo, 2021).

Penggunaan sosial media dapat menjadi peluang bagi rumah sakit untuk melaksanakan perannya sebagai *Health Promoting Hospital*. Hal ini juga dapat meningkatkan kinerja finansial rumah sakit dengan biaya yang rendah dalam pelaksanaan fungsi esensial tim PKRS melalui penyusunan strategi promosi kesehatan menggunakan sosial media. Penyusunan strategi terkait bagaimana informasi disampaikan sehingga remaja tertarik akan informasi DM yang menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model promosi kesehatan berbasis sosial media yang relevan sebagai strategi *Health Promoting Hospital* dalam pencegahan DM pada remaja.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana model promosi kesehatan berbasis sosial media yang relevan sebagai strategi *Health Promoting Hospital* dalam pencegahan diabetes mellitus pada remaja?

C. Tujuan Penelitian

Merancang model promosi kesehatan berbasis sosial media yang relevan sebagai strategi *Health Promoting Hospital* dalam pencegahan diabetes mellitus pada remaja

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melengkapi konsep tentang model promosi kesehatan berbasis sosial media yang relevan sebagai strategi *Health Promoting Hospital* dalam pencegahan diabetes mellitus pada remaja

2. Manfaat Praktis

Melengkapi referensi tentang model promosi kesehatan berbasis sosial media yang relevan sebagai strategi *Health Promoting Hospital* dalam pencegahan Diabetes Mellitus pada remaja

- a. Menciptakan model promosi kesehatan berbasis sosial media yang relevan sebagai strategi *Health Promoting Hospital* dalam memberikan edukasi bagi remaja terkait diabetes mellitus.
- b. Memberikan masukan kepada rumah sakit terkait model promosi kesehatan berbasis sosial media yang relevan sebagai strategi *Health Promoting Hospital* dalam pencegahan diabetes mellitus pada remaja.