

# ANALISIS RESEPSI PENDERITA DIABETES MENGENAI PENYAMPAIAN INFORMASI GULA STEVIA SEBAGAI PEMANIS ALAMI PADA AKUN @BEERUINDONESIA

Avira Putri Ramadhania 1<sup>1</sup>, Dr. Rita Destiwati, S.S., M.Si 2<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,  
[aviraaputrii@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:aviraaputrii@student.telkomuniversity.ac.id)

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,  
[ritadestiwati@telkomuniversity.ac.id](mailto:ritadestiwati@telkomuniversity.ac.id)

## ABSTRACT

*The rising number of diabetes cases in Indonesia has encouraged the search for healthier sugar alternatives, one of which is stevia. Despite its significant health benefits, the use of stevia remains limited due to the lack of widespread information dissemination. This study aims to analyze the reception of diabetic patients toward the delivery of information about stevia as a natural sweetener through the Instagram account @beeruindonesia. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach and Stuart Hall's reception theory. Data were collected through in-depth interviews with five diabetic informants who follow the @beeruindonesia account and have stevia experience. The results show that most informants are in the dominant hegemonic and negotiated hegemonic positions, meaning they tend to accept and agree with account messages or interpret them based on their own experiences and perspectives rather than reject them outright. The @beeruindonesia account is considered effective in providing health education and influencing the behavior of diabetic patients in replacing sugar with stevia. This study highlights the importance of informative, visual, and interactive health communication through social media in shaping public understanding and decision-making related to a healthy lifestyle.*

**Keywords:** Diabetes, Stevia, Reception, Health Communication, Social Media

## ABSTRAK

Peningkatan jumlah penderita diabetes di Indonesia mendorong pencarian alternatif pemanis yang lebih sehat, salah satunya yaitu stevia. Meskipun memiliki manfaat kesehatan yang tinggi, tingkat penggunaan stevia masih rendah karena kurangnya informasi yang tersebar secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi penderita diabetes pada penyampaian informasi gula stevia sebagai pemanis alami melalui akun Instagram @beeruindonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan teori resepsi Stuart Hall. Informasi diperoleh melalui wawancara mendalam kepada lima informan penderita diabetes yang mengikuti akun @beeruindonesia dan memiliki pengalaman menggunakan stevia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi *Dominant Hegemonic* dan *Negotiated Hegemonic* yang artinya mereka cenderung menerima dan menyetujui pesan yang disampaikan oleh akun tersebut atau menyesuaikan dengan pengalaman dan pandangan dari masing-masing pribadi daripada menolaknya secara langsung. Akun @beeruindonesia dinilai efektif dalam memberikan edukasi kesehatan dan memengaruhi perilaku penderita diabetes dalam mengganti gula dengan stevia. Penelitian ini menekankan pentingnya komunikasi kesehatan yang informatif, visual dan interaktif melalui media sosial dalam membentuk pemahaman dan keputusan masyarakat terhadap gaya hidup sehat.

**Kata Kunci:** Diabetes, Stevia, Resepsi, Komunikasi Kesehatan, Media Sosial

## I. PENDAHULUAN

Diabetes mellitus merupakan penyakit kronis yang jumlah penderitanya terus meningkat secara global, termasuk di Indonesia. Konsumsi gula berlebih dalam makanan dan minuman menjadi salah satu faktor utama penyebab meningkatnya prevalensi penyakit diabetes. Sebagai solusi, stevia hadir sebagai pemanis alami rendah kalori yang tidak menyebabkan naiknya kadar gula darah, sehingga aman dikonsumsi oleh penderita diabetes. Sayangnya, informasi tentang manfaat stevia masih belum tersebar secara luas yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan stevia di masyarakat.

Media sosial seperti Instagram kini berperan penting dalam penyampaian informasi kesehatan secara visual, cepat dan interaktif. Akun @beeruindonesia merupakan salah satu akun yang aktif dalam mengedukasi masyarakat tentang gaya hidup sehat, termasuk manfaat stevia. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi dalam mengkaji bagaimana resepsi penderita diabetes terhadap informasi yang disampaikan melalui Akun @beeruindonesia, serta menilai efektivitas komunikasi kesehatan digital dalam membentuk pemahaman dan perilaku yang lebih sehat untuk masyarakat.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### 2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan dasar manusia, karena melalui komunikasi seseorang dapat berinteraksi baik dengan dirinya sendiri maupun dengan orang lain. Mengutip dari (Effendy, 2009) komunikasi memiliki empat tujuan utama yang sering diidentifikasi sebagai fungsinya, yaitu untuk memberi informasi (*to inform*), memberi edukasi (*to educate*), menyediakan hiburan (*to entertain*) dan memengaruhi audiens (*to influence*).

### 2.2 Komunikasi Kesehatan

Menurut (Littlejohn dan Foss dalam buku *Theoris Of Human Communication Eleventh Edition*, 2017) komunikasi kesehatan dapat dianalisis melalui dua perspektif utama. Perspektif pertama yaitu dengan melihat pesan sebagai elemen yang dibangun melalui narasi maupun cerita yang disampaikan. Perspektif kedua, pesan digunakan untuk mendorong individu dalam memilih perilaku sehat. Banyak teori yang digunakan terkait komunikasi kesehatan pada perspektif kedua, yang mana hal ini lebih berfokus kepada pesan dan perubahan perilaku. (Littlejohn, 2021) menyatakan bahwa teori komunikasi memiliki pendekatan dengan empat tema utama, yaitu: (1) pesan yang berfokus pada perubahan perilaku, (2) hubungan interpersonal, (3) penyampaian informasi, (4) kesenjangan dalam akses dan pemahaman kesehatan.

### 2.3 Resepsi

Teori resepsi pertama kali dikemukakan oleh Stuart Hall, teori resepsi sendiri menurut Stuart Hall adalah pemaknaan khalayak yang diadaptasi dari model *encoding-decoding* yang merupakan model komunikasi yang ditemukan pada tahun 1973. Berbeda dari teori lainnya, Stuart Hall menjelaskan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam proses memahami pesan.

Menurut Hall (dalam Febriani, 2018) cara untuk membagi respon khalayak dalam melakukan pemaknaan (*decoding*) terhadap pesan dibagi menjadi tiga pola, yaitu *dominant hegemonic position*, *negotiated position* dan *oppositional position*.

### 2.4 Penyakit Diabetes

Diabetes merupakan penyakit dengan risiko kematian yang sangat tinggi. Penyakit ini sering disebut sebagai penyakit heterogen yang ditandai dengan kadar gula darah yang tinggi, gangguan dalam penyerapan glukosa, kekurangan insulin dan rendahnya efektivitas insulin atau kombinasi dari kondisi tersebut (Nor et al, 2020). Diabetes Melitus (DM) disebabkan oleh gangguan yang terjadi dalam metabolisme pada organ pankreas atau yang biasa disebut dengan hiperglikemia yang disebabkan menurunnya jumlah insulin, serta kekurangan insulin juga dapat memengaruhi metabolisme dalam protein dan lemak yang dihasilkan tubuh yang akhirnya akan menyebabkan penurunan berat badan (Biologi et al., 2021). Insulin sendiri bertanggung jawab untuk memindahkan gula melalui darah ke otot serta jaringan lain untuk menambah energi (Rahayuwati et al, 2019).

## 2.5 Stevia

Stevia merupakan tanaman herbal asal Amerika Selatan yang dikenal memiliki sifat pemanis alami. Pada tahun 1877, peneliti ilmiah bernama Antonio Bertoni menemukan tanaman stevia dan dinamai dengan *Eupatorium Rebaudianum Bertoni* yang kemudian dimasukkan dalam genus stevia pada tahun 1905. Tanaman stevia memiliki nama yaitu *Stevia Rebaudina Bertoni* yang memiliki kandungan 300-450 jauh lebih manis dibanding gula biasa atau sukrosa (Iatridis et al., 2022). Di Indonesia, stevia pertama kali ditanam pada tahun 1977 di daerah Jawa Tengah dan Jawa Barat. Tanaman stevia memiliki sifat hipoglikemik yang memiliki fungsi untuk menurunkan kadar gula dalam darah. Namun, hadirnya pemanis alami dari daun stevia belum mampu menstabilkan dan menurunkan kenaikan prevalensi diabetes di Indonesia. (Husni et al., 2023)

## III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan teori resepsi Stuart Hall. Informasi diperoleh melalui wawancara mendalam kepada lima informan penderita diabetes yang mengikuti akun @beeruindonesia dan memiliki pengalaman menggunakan stevia. Subjek dalam penelitian ini adalah penderita diabetes yang mengikuti akun Instagram @beeruindonesia. Objek dalam penelitian ini adalah Akun @beeruindonesia. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi akan dianalisis menggunakan metode analisis data kualitatif serta triangulasi data. Proses analisis data kualitatif akan dilakukan melalui tahapan-tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Informan

Informan yang digunakan dalam penelitian ini dipilih dengan sesuai berdasarkan relevansi mereka pada topik penelitian yaitu analisis resepsi penderita diabetes mengenai penyampaian informasi gula stevia sebagai pemanis alami pada akun @beeruindonesia. Informan dalam penelitian ini yaitu: Rizki Finardi (56 tahun), Tony Supriatna (50 tahun), Alvina Bastianti (35 tahun), Dian Komalasari (45 tahun) dan Hany Hapsari (42 tahun)

### 4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori resepsi dari Stuart Hall, yang membagi proses *decoding* pesan menjadi tiga kategori: *Dominant hegemonic positions*, *Negotiated hegemonic positions* dan *Opposition hegemonic positions*. Berikut adalah hasil wawancara dengan informan dalam memahami informasi yang disampaikan akun @beeruindonesia.

#### a. *Dominant Hegemonic Positions*

Sebagian besar informan menunjukkan penerimaan penuh terhadap pesan yang disampaikan oleh akun @beeruindonesia. Mereka menganggap bahwa konten edukasi mengenai manfaat stevia sebagai pemanis alami sangat sesuai dengan kebutuhan dan kondisi kesehatan mereka sebagai penderita diabetes. Informasi yang disajikan dalam bentuk visual, infografik, dan penjelasan singkat dinilai membantu mereka dalam memahami manfaat stevia secara menyeluruh. Para informan pada posisi ini merasa bahwa akun @beeruindonesia telah menyampaikan pesan dengan jelas, akurat, dan menarik, sehingga tidak hanya menambah pengetahuan mereka, tetapi juga mendorong perubahan perilaku konsumsi gula. Mereka mulai mengganti gula pasir dengan stevia sebagai bentuk kesadaran menjaga kadar gula darah tetap stabil. Ini menunjukkan bahwa pesan diterima secara utuh sesuai dengan maksud pengirim pesan.

#### b. *Negotiated Hegemonic Positions*

Beberapa informan menunjukkan sikap yang cenderung berada dalam posisi resepsi negotiated. Mereka pada dasarnya menerima informasi yang disampaikan oleh akun @beeruindonesia, namun melakukan penyesuaian berdasarkan kondisi, pengalaman, dan preferensi pribadi. Misalnya, meskipun mereka memahami manfaat stevia sebagai pemanis alami, ada pertimbangan lain yang memengaruhi penerapan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari, seperti harga produk stevia yang relatif lebih mahal, rasa yang dianggap berbeda dari gula biasa, atau kesulitan dalam mendapatkan produk stevia di pasaran. Hal ini

menunjukkan bahwa penerimaan pesan bersifat tidak mutlak, melainkan disesuaikan dengan konteks individu masing-masing.

### c. *Oppositions Hegemonic Possitions*

Dalam penelitian ini tidak ditemukan informan yang secara eksplisit menunjukkan sikap penolakan terhadap informasi yang disampaikan oleh akun @beeruindonesia. Semua informan pada umumnya terbuka terhadap pesan yang disampaikan, meskipun dengan tingkat penerimaan yang bervariasi. Ketidakhadiran posisi oppositional dalam temuan ini dapat membuktikan bahwa akun tersebut telah berhasil membangun kredibilitas dan kepercayaan di mata pengikutnya, serta menyajikan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens yang menjadi sasaran utamanya.

Tabel 1 Hasil Analisis Resepsi Stuart Hall

| <i>Dominant Hegemonic</i> | <i>Negotiated Hegemonic</i> | <i>Oppositional Hegemonic</i> |
|---------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Rizki (Informan 1)        | Tony (Informan 2)           | -                             |
| Alvina (Informan 3)       | Dian (Informan 4)           | -                             |
| Hany (Informan 5)         | -                           | -                             |
| -                         | -                           | -                             |
| -                         | -                           | -                             |

(Sumber: Olahan data peneliti, 2025)

Hasil penelitian berdasarkan wawancara dengan lima informan menunjukkan bahwa informasi kesehatan tentang stevia pada akun @beeruindonesia tidak sepenuhnya ditolak dan tidak menimbulkan penkodean *Oppositional Hegemonic Positions* sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam teori resepsi yang dicetuskan oleh Stuart Hall. Hasil penelitian ini menemukan bahwa hal tersebut terjadi karena para informan secara umum memiliki kecenderungan dalam menerima informasi yang diberikan oleh akun @beeruindonesia dengan sikap yang setuju dan positif. Dalam konteks ini, sebagian informan cenderung memilih untuk menegosiasikan informasi yang mereka dapatkan dengan cara menyesuaikan dengan pengalaman dari kebutuhan masing-masing pribadi, dibandingkan dengan menolak informasi tersebut secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada aspek tertentu dari informasi yang mungkin masih membutuhkan penjelasan lebih lanjut, secara umum mereka tidak menolak informasi yang disajikan oleh akun @beeruindonesia.

### 4.3 Pembahasan

Analisis yang dihasilkan menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi resepsi audiens terhadap informasi yang disampaikan akun @beeruindonesia. Pertama, relevansi informasi dengan kebutuhan khalayak, khususnya penderita diabetes. Pesan yang disampaikan dianggap sesuai karena membahas peningkatan jumlah penderita diabetes secara global dan memberikan edukasi mengenai alternatif pemanis alami. Kedua, kredibilitas akun menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan audiens. Akun @beeruindonesia menyajikan informasi yang dinilai valid, didukung testimoni dan interaksi langsung dengan pengikut seperti fitur *QnA*, sehingga memperkuat keterlibatan audiens. Ketiga, pengalaman pribadi juga memengaruhi proses resepsi. Informan memiliki latar belakang dan tingkat pemahaman berbeda tentang stevia, yang membuat mereka menerima pesan dengan cara yang bervariasi. Beberapa merasa konten sudah cukup membantu, sementara yang lain membutuhkan informasi lebih detail seperti dosis konsumsi, manfaat jangka panjang, dan cara penggunaan stevia.

Dalam konteks teori resepsi Stuart Hall, proses encoding dilakukan oleh akun @beeruindonesia sebagai pihak yang menyusun pesan. Pesan yang disampaikan melalui Instagram bertujuan untuk membangun kesadaran akan manfaat stevia, memperkenalkan stevia sebagai pemanis alami yang lebih aman, dan mendorong perubahan gaya hidup sehat. Sedangkan proses decoding terjadi pada pengikut akun tersebut, yang sebagian besar adalah penderita diabetes.

Proses decoding menghasilkan tiga kemungkinan posisi: pertama, *dominant hegemonic* di mana audiens menerima pesan sesuai dengan maksud pembuat pesan; kedua, *negotiated* di mana audiens menerima sebagian pesan dan menyesuaikan dengan realitas pribadi; ketiga, *oppositional*, yaitu penolakan terhadap pesan yang disampaikan. Dalam

penelitian ini, ditemukan bahwa sebagian besar audiens berada dalam posisi *dominant* dan *negotiated*. Tidak ada audiens yang menempati posisi *oppositional*, yang menunjukkan bahwa konten telah berhasil menjawab kebutuhan informasi mereka dengan pendekatan yang tepat.

Tabel 2 Matriks Hasil Penelitian

| Kategori Resepsi     | Penerimaan Pesan oleh Informan                                                    | Proposisi                                                                                                                                                                 |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dominant Hegemonic   | Informan 1 (Rizki Finardi)                                                        | Masuk kedalam kategori tersebut karena Informan menerima pesan dan memahami informasi mengenai stevia sesuai maksud pengirim pesan dan berdampak pada perubahan perilaku. |
|                      | Informan 3 (Alvina Bastianti)                                                     |                                                                                                                                                                           |
|                      | Informan 5 (Hany Hapsari)                                                         |                                                                                                                                                                           |
| Negotiated Hegemonic | Informan 2 (Tony Supriatna)                                                       | Masuk kedalam kategori tersebut karena Informan menerima pesan yang disesuaikan berdasarkan latar belakang pribadi dan gaya hidup.                                        |
|                      | Informan 4 (Dian Komalasari)                                                      |                                                                                                                                                                           |
| Opposition Hegemonic | Tidak ditemukan informan yang menolak atau menentang isi pesan secara keseluruhan | Tidak ada Informan yang menunjukkan penolakan terhadap pesan.                                                                                                             |

(Sumber: Olahan data peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel matriks penelitian di atas, dapat dilihat bahwa sebagian informan memahami dan menerima informasi yang disampaikan akun @beeruindonesia dengan baik. Ada pun yang memilih untuk menyesuaikan terlebih dahulu dengan kondisi atau pengalaman pribadi. Hasil ini memperlihatkan bahwa penerimaan informasi tidak berlangsung satu arah, tetapi dipengaruhi oleh pengalaman dan kebutuhan masing-masing informan.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi *Dominant Hegemonic* dan *Negotiated Hegemonic* yang artinya mereka cenderung menerima dan menyetujui pesan yang disampaikan oleh akun tersebut atau menyesuaikan dengan pengalaman dan pandangan dari masing-masing pribadi daripada menolaknya secara langsung. Akun @beeruindonesia dinilai efektif dalam memberikan edukasi kesehatan dan memengaruhi perilaku penderita diabetes dalam mengganti gula dengan stevia. Penelitian ini menekankan pentingnya komunikasi kesehatan yang informatif, visual dan interaktif melalui media sosial dalam membentuk pemahaman dan keputusan masyarakat terhadap gaya hidup sehat.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengeksplorasi peluang baru dengan pendekatan teori dan metode yang berbeda, terutama untuk penelitian terkait dengan komunikasi kesehatan dan dapat lebih memperdalam faktor yang mempengaruhi penerimaan pesan dalam konten informasi kesehatan di media sosial. Selain itu, dapat menjadi referensi bagi komunikator lain di bidang kesehatan untuk memberikan edukasi informasi mengenai kesehatan dengan cara penyampaian yang lebih baik. Bagi akun @beeruindonesia dalam menyampaikan informasi kesehatan harus memperbanyak bukti-bukti yang valid dan disertai dengan riset lebih

mendalam dari para ahli kesehatan. Bagi khalayak, diharapkan untuk tetap melakukan riset lebih dalam mengenai dampak dan manfaat sebelum membuat keputusan pembelian.

## REFERENSI

- Biologi, J., Sains dan Teknologi, F., Alauddin Makassar, U., Pemeriksaan, C., Pengobatan dan Cara Pencegahan Lestari, C., Aisyah Sijid, S., Studi Biologi, P., & Alauddin Makassar Jl Yasin Limpo Gowa, U. H. (n.d.). *Diabetes Mellitus: Review Etiologi*. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/psb>
- Febriani, S., Wahid, U., Studi, P., & Komunikasi, I. (n.d.). *Pemaknaan Khalyak Terhadap Gaya Komunikasi Jokowi Pada Vlog #Jokowimenjawab Episode 2 Di Situs Youtube (Analisis Resepsi Stuart Hall)*.
- Hall, Stuart. (1973). "Encoding/Decoding". Dalam Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79, eds. Centre for Contemporary Cultural Studies. London: Hutchinson. 128-38.
- Hardianto, D. (n.d.). *Bioteknologi & Biosains Indonesia A Comprehensive Review of Diabetes Mellitus: Classification, Symptoms, Diagnosis, Prevention, and Treatment*. <http://ejurnal.bppt.go.id/index.php/JBBI>
- Habib, A. K., Febriana, P., & Sidoarjo, U. M. (2024). *Stereotype Negatif Perempuan Analisis Resepsi Tokoh Tari pada Film Pengabdian Setan 2*, 12 (2).
- Husni, E., Hefni, D., Suhatri, N., & Meri Susanti, dan. (n.d.). Pengembangan Tanaman Pemanis Stevia Rebaudiana (Bertoni) Di Ekowisata Sungkai Park Lambung Bukit Kecamatan Pauh Kota Padang. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 6(1), 2023.
- Iatridis, N., Kougioumtzi, A., Vlataki, K., Papadaki, S., & Magklara, A. (2022). AntiCancer Properties of Stevia rebaudiana; More than a Sweetener. In *Molecules* (Vol. 27, Issue 4). MDPI. <https://doi.org/10.3390/molecules27041362>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). USA: Waveland Press.
- Nurrahman, A. I., Permadi, A. N., Safanah, A. N., Puspita, D. A., Anugrah, R., Putra, S. M., Ridwan, H., & Setiadi, D. K. (2024). Pengaruh Pemberian Ekstrak Daun Stevia Dalam Menjaga Kestabilan Kadar Gula Darah Penderita Diabetes. *Intan Husada : Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 12(01), 121–141. <https://doi.org/10.52236/ih.v12i1.517>
- Onong Uchjana Effendy. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*.
- Rahayuwati, L., Ibrahim, K., & Komariah, M. (2019). Pilihan Pengobatan Pasien Kanker Payudara Masa Kemoterapi: Studi Kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 20(2), 118– 127. <https://doi.org/10.7454/Jki.V20i2.478>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhesti, I., Kustini, H., & Antari, E. D. (2021). Penggunaan Teh Serai Jahe Sebagai Penambah Daya Tahan Tubuh Menggunakan Daun Stevia Sebagai Pemanis Alami. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 325–330. <https://doi.org/10.46576/rjpk.v2i2.1155>
- Theories Of Human Communication Eleventh Edition*. (2017).
- Weltya, G. (2023). *Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Isu Kadar Gula pada Produk Esteh Indonesia*.
- Wahyuni, S., Arisani, G., Kemenkes Palangka Raya, P., & Tengah, K. (n.d.). *Peran Media Sosial Sebagai Upaya Promosi Kesehatan*. <http://e-journal.poltekkespalangkaraya.ac.id/jfk/>