

## Komunikasi Berbasis Bukti dalam Pemasaran Sosial Kesehatan Masyarakat: Tinjauan Literatur

Ulfazika<sup>1</sup>, Irwan Saputra<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia, email : [ulfazika23@gmail.com](mailto:ulfazika23@gmail.com)

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia, email: [irwanbulba@usk.ac.id](mailto:irwanbulba@usk.ac.id)

\* Corresponding Author: [Ulfazika23@gmail.com](mailto:Ulfazika23@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received : Jan 11 2026

Revised : Feb 19 2026

Accepted : Mar 19 2026

Available online : Mar 30 2026

#### Kata Kunci:

komunikasi berbasis bukti, pemasaran sosial, kesehatan masyarakat, perubahan perilaku, kelompok rentan

#### Keywords:

evidence-based communication, social marketing, public health, behavior change, vulnerable populations.

### ABSTRAK

Komunikasi dalam promosi kesehatan mempunyai peran penting dalam mendorong perubahan perilaku masyarakat. Dalam perkembangannya, pendekatan komunikasi berbasis bukti mulai digunakan untuk meningkatkan efektivitas pesan kesehatan, namun penerapannya masih belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik komunikasi berbasis bukti dalam pemasaran sosial kesehatan masyarakat melalui tinjauan literatur. Metode yang digunakan adalah tinjauan literatur terstruktur dengan pencarian literatur dilakukan melalui Google Scholar. Sebanyak 20 artikel yang sesuai dengan kriteria inklusi dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi yang memadukan data

dan cerita pengalaman lebih mampu menarik perhatian dan memengaruhi perilaku dibandingkan penyampaian informasi secara umum. Meskipun demikian, sebagian besar intervensi masih berfokus pada individu dan belum banyak melibatkan dukungan lingkungan sosial maupun kebijakan. Selain itu, keterlibatan kelompok rentan dalam proses penyusunan pesan masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengembangkan komunikasi yang lebih menyeluruh, melibatkan berbagai disiplin ilmu, serta membuka ruang partisipasi masyarakat agar hasilnya lebih efektif.

### ABSTRACT

*Effective communication plays a crucial role in promoting public health and encouraging behavioral change. In recent years, evidence-based communication has been increasingly adopted to improve the quality and impact of health messages. However, its practical application remains uneven, particularly in integrating broader social perspectives and inclusive approaches. This study aims to examine how evidence-based communication is applied in public health social marketing through a structured literature review. The study employed a structured narrative review by analyzing articles published between 2021 and 2026 from national and international databases. A total of 20 relevant studies were selected and reviewed using a thematic approach to identify key patterns and gaps. The findings suggest that communication strategies combining factual information with relatable narratives tend to be more effective in influencing attitudes and behaviors. Despite this, many*

*interventions still focus primarily on individual-level change and often overlook the role of community support and policy context. In addition, vulnerable populations are rarely involved in the development of communication strategies. These findings highlight the need for more comprehensive and inclusive communication approaches that integrate multiple perspectives and levels of intervention. Strengthening these aspects can enhance the overall effectiveness of public health promotion efforts.*

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.  
Copyright © 2026 by Author. Published by Cv Teewan Solutions



## PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam upaya promosi kesehatan masyarakat. Keberhasilan suatu program kesehatan tidak hanya ditentukan oleh intervensi yang dilakukan, tetapi juga oleh bagaimana pesan kesehatan disampaikan dan dipahami oleh masyarakat. Dalam konteks ini, pendekatan pemasaran sosial telah banyak digunakan sebagai strategi untuk mempengaruhi perilaku kesehatan melalui perencanaan yang sistematis dan berbasis pada pemahaman terhadap karakteristik audiens (Lee & Kotler, 2020; French & Gordon, 2019).

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, muncul pendekatan komunikasi berbasis bukti yang menekankan pentingnya penggunaan data ilmiah, teori perubahan perilaku, serta evaluasi dalam penyusunan pesan kesehatan. Pendekatan ini dinilai mampu meningkatkan efektivitas komunikasi karena pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pesan yang menggabungkan data statistik dengan cerita pengalaman cenderung lebih mudah dipahami dan lebih berpengaruh terhadap sikap serta perilaku dibandingkan dengan penyampaian informasi secara tunggal (Willoughby & Myrick, 2023). Selain itu, perkembangan teknologi digital turut memperluas jangkauan komunikasi kesehatan, terutama melalui media sosial yang kini menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat (Zollo et al., 2024).

Meskipun demikian, penerapan komunikasi berbasis bukti masih menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu di antaranya adalah keterbatasan pendekatan interdisipliner dalam perancangan strategi komunikasi. Banyak studi masih berfokus pada aspek individu tanpa mempertimbangkan faktor sosial, budaya, dan struktural yang mempengaruhi perilaku kesehatan (Castiglia & Dettori, 2022). Selain itu, intervensi yang dilakukan umumnya masih berorientasi pada tingkat individu (*downstream*) dan belum terintegrasi secara optimal dengan pendekatan pada tingkat komunitas (*midstream*) maupun kebijakan (*upstream*) (Noar, 2021).

Tantangan lainnya adalah masih terbatasnya pelibatan kelompok rentan dalam proses komunikasi kesehatan. Kelompok dengan akses informasi terbatas atau tingkat literasi kesehatan yang rendah sering kali hanya menjadi sasaran program, tanpa dilibatkan dalam proses perancangan pesan. Padahal, pendekatan yang inklusif dan partisipatif sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima secara luas dan tidak memperlebar kesenjangan kesehatan (Obinomen & Juntunen, 2021).

Di Indonesia, kajian mengenai komunikasi berbasis bukti dalam pemasaran sosial kesehatan masyarakat masih berkembang. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan media atau efektivitas pesan, sementara pendekatan yang lebih komprehensif seperti integrasi lintas disiplin, strategi multilevel, dan pelibatan kelompok rentan belum banyak dikaji secara mendalam. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan komunikasi kesehatan ke depan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mensintesis literatur terkait komunikasi berbasis bukti dalam pemasaran sosial kesehatan masyarakat, dengan fokus pada pendekatan interdisipliner, integrasi multilevel, serta inklusi kelompok rentan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam pembuatan artikel ini adalah literature review yang membahas literatur mengenai komunikasi berbasis bukti dalam pemasaran sosial kesehatan masyarakat. Pencarian literatur dilakukan melalui Google Scholar dengan kata kunci “komunikasi berbasis bukti”, “pemasaran sosial”, dan “kesehatan masyarakat” sampai akhirnya diperoleh 20 literatur yang relevan untuk menyusun artikel ini. Adapun kriteria inklusi dalam pencarian literatur yang digunakan yaitu: 1) artikel diterbitkan dalam rentang waktu 2021–2026; 2) artikel membahas komunikasi kesehatan, pemasaran sosial, atau komunikasi berbasis bukti; 3) artikel tersedia dalam bentuk full text; dan 4) artikel menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Kriteria eksklusi yaitu: 1) artikel diterbitkan di luar rentang waktu yang ditentukan; dan 2) artikel tidak relevan dengan fokus penelitian. Setelah melalui penyaringan, terdapat 20 artikel yang difokuskan untuk melakukan penyusunan kajian literatur ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelusuran literatur, diperoleh 20 artikel yang sesuai dengan kriteria inklusi, terdiri dari 15 artikel nasional terakreditasi SINTA dan 5 artikel internasional. Artikel-artikel tersebut diterbitkan dalam rentang tahun 2021–2026 dan mencakup berbagai pendekatan penelitian, baik kuantitatif, kualitatif, maupun tinjauan sistematis.

Tabel 1. Karakteristik Artikel yang Dianalisis dalam Literatur Review

No	Nama Penulis/Tahun	Judul	Metode/Sampel	Hasil
1	Agustina et al. (2021)	Promosi kesehatan berbasis digital di Indonesia: Tantangan dan peluang	Kualitatif / Masyarakat umum	Media digital efektif namun terkendala literasi kesehatan
2	Arifin & Rahman (2022)	Strategi komunikasi kesehatan dalam pencegahan COVID-19 pada masyarakat perkotaan	Kualitatif / Masyarakat perkotaan	Strategi komunikasi meningkatkan kepatuhan
3	Dewi & Kurniawan (2021)	Efektivitas media sosial dalam promosi kesehatan pada generasi milenial	Kuantitatif / Generasi milenial	Media sosial meningkatkan pengetahuan kesehatan
4	Hidayat et al. (2022)	Peran komunikasi dalam perubahan perilaku kesehatan masyarakat pasca pandemi	Kualitatif / Masyarakat umum	Komunikasi membantu adaptasi perilaku
5	Lestari & Purnama (2023)	Pengembangan konten kesehatan berbasis digital melalui pendekatan storytelling	Kualitatif / Pengguna media sosial	Storytelling meningkatkan pemahaman pesan
6	Nugroho & Fauziah (2022)	Komunikasi risiko kesehatan masyarakat dalam penanganan penyakit tidak menular	Kualitatif / Masyarakat umum	Komunikasi risiko penting dalam pencegahan PTM
7	Prasetyo & Susanti (2023)	Efektivitas pemasaran sosial dalam meningkatkan cakupan imunisasi	Kuantitatif / Masyarakat perbatasan	Pemasaran sosial meningkatkan cakupan imunisasi

		dasar di wilayah perbatasan		
8	Rahmawati & Setiawan (2022)	Literasi kesehatan dan perilaku masyarakat dalam pencegahan stunting	Kuantitatif / Ibu rumah tangga	Literasi kesehatan mempengaruhi perilaku
9	Sari & Putri (2023)	Komunikasi kesehatan pada generasi muda: Studi literasi media sosial tentang kesehatan reproduksi	Kualitatif / Remaja	Media sosial jadi sumber utama informasi
10	Wulandari et al. (2021)	Edukasi gizi melalui media digital: Efektivitas konten video pendek	Kuantitatif / Remaja	Video pendek efektif meningkatkan pengetahuan
11	Castiglia & Dettori (2022)	Communication and health: The importance of evidence-based approaches	Review Literatur	Pendekatan berbasis bukti meningkatkan efektivitas komunikasi
12	Dietrich et al. (2021)	Segmentation in social marketing: A systematic review of methods and outcomes	Systematic review / Literatur	Segmentasi audiens meningkatkan keberhasilan program
13	Kreps (2021)	Strategic health communication across the continuum of care	Review Literatur	Komunikasi harus strategis dan berkelanjutan
14	Noar (2021)	Advancing health communication campaigns: New directions and insights	Review Literatur	Kampanye berbasis teori lebih efektif
15	Obinomen & Juntunen (2021)	Social marketing pandemic communication framework: Strategies for inclusive crisis response	Review Literatur	Pendekatan inklusif penting dalam komunikasi
16	Southwell et al. (2021)	Misinformation as a misunderstood challenge to public health	Review Literatur	Misinformasi menjadi tantangan utama

17	Wakefield et al. (2022)	Use of mass media campaigns to change health behaviour	Review Literatur /	Media massa efektif mengubah perilaku
18	Willoughby & Myrick (2023)	Effects of narrative and statistical evidence in health communication: A meta-analysis	Meta-analisis / Literatur	Kombinasi narasi dan data paling efektif
19	Zollo et al. (2024)	Social media and health communication dynamics	Kuantitatif / Pengguna media sosial	Media sosial memperluas jangkauan informasi
20	Sommariva et al. (2025)	Multilevel health communication interventions	Review Literatur /	Pendekatan multilevel lebih berdampak

Berdasarkan hasil pada Tabel 1, penelitian didominasi oleh topik promosi kesehatan berbasis digital, komunikasi risiko, dan pemasaran sosial, dengan temuan bahwa penggunaan media sosial dan video pendek efektif dalam meningkatkan pengetahuan serta kesadaran masyarakat (Dewi & Kurniawan, 2021; Wulandari et al., 2021; Sari & Putri, 2023). Selain itu, pendekatan komunikasi berbasis narasi (*storytelling*) terbukti lebih mampu meningkatkan pemahaman dibandingkan penyampaian informasi secara konvensional (Lestari & Purnama, 2023). Artikel review dan meta-analisis juga menegaskan bahwa komunikasi berbasis bukti yang mengombinasikan data ilmiah dan narasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perubahan sikap dan perilaku (Willoughby & Myrick, 2023; Castiglia & Dettori, 2022), serta didukung oleh pentingnya segmentasi audiens dan penggunaan teori dalam perancangan pesan (Dietrich et al., 2021; Noar, 2021). Namun demikian, beberapa tantangan masih ditemukan, seperti rendahnya literasi kesehatan, maraknya misinformasi, serta keterbatasan pendekatan inklusif dan multilevel dalam intervensi komunikasi (Southwell et al., 2021; Obinomen & Juntunen, 2021; Wakefield et al., 2022), sehingga diperlukan penguatan strategi komunikasi yang lebih komprehensif dan berbasis kebutuhan masyarakat (Kreps, 2021).

## Pembahasan

### 1. Efektivitas Komunikasi Berbasis Bukti

Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi berbasis bukti memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas promosi kesehatan. Pesan yang disusun

berdasarkan data ilmiah dan dikombinasikan dengan pendekatan naratif terbukti lebih mudah dipahami dan lebih mampu mempengaruhi sikap serta perilaku masyarakat (Willoughby & Myrick, 2023).

Selain itu, komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik audiens, seperti tingkat literasi kesehatan dan preferensi media, juga meningkatkan keberhasilan intervensi (Parvanta & Bass, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada media yang digunakan, tetapi juga pada relevansi dan kualitas pesan yang disampaikan.

## **2. Pendekatan Interdisipliner**

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian masih menggunakan pendekatan satu disiplin, tanpa mengintegrasikan aspek sosial, budaya, dan perilaku. Padahal, komunikasi kesehatan membutuhkan pendekatan interdisipliner untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat secara menyeluruh (Castiglia & Dettori, 2022).

Keterbatasan ini menyebabkan intervensi komunikasi cenderung kurang kontekstual, sehingga efektivitasnya menjadi tidak optimal. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi lintas disiplin dalam perancangan program komunikasi kesehatan.

## **3. Pendekatan Multilevel (*Upstream, Midstream, Downstream*)**

Sebagian besar penelitian masih berfokus pada perubahan perilaku individu (*downstream*), sementara pendekatan pada tingkat komunitas (*midstream*) dan kebijakan (*upstream*) masih terbatas. Padahal, perubahan perilaku yang berkelanjutan memerlukan dukungan dari berbagai level intervensi (Lee & Kotler, 2020).

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa intervensi yang mengintegrasikan berbagai level memberikan dampak yang lebih besar dibandingkan pendekatan tunggal (Sommariva et al., 2025). Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan multilevel dalam komunikasi kesehatan.

## **4. Inklusi Kelompok Rentan**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kelompok rentan masih belum banyak dilibatkan dalam proses perancangan komunikasi kesehatan. Sebagian besar penelitian hanya menjadikan kelompok ini sebagai sasaran program, bukan sebagai partisipan aktif.

Padahal, pendekatan partisipatif terbukti dapat meningkatkan relevansi dan penerimaan pesan kesehatan (Brennan et al., 2014). Selain itu, kurangnya inklusi dapat memperlebar kesenjangan kesehatan di masyarakat (Obinomen & Juntunen, 2021).

## **5. Implikasi dalam Pemasaran Sosial Kesehatan**

Secara keseluruhan, komunikasi berbasis bukti memiliki potensi besar dalam meningkatkan efektivitas pemasaran sosial kesehatan masyarakat. Namun, penerapannya masih perlu diperkuat melalui pendekatan yang lebih komprehensif.

Penguatan pada aspek interdisipliner, integrasi multilevel, serta pelibatan kelompok rentan menjadi kunci dalam meningkatkan keberhasilan program kesehatan secara berkelanjutan (French & Gordon, 2019).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil kajian literatur, komunikasi berbasis bukti memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas pemasaran sosial kesehatan masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya menekankan pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penggunaan data ilmiah, teori perubahan perilaku, serta pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik audiens. Hasil kajian menunjukkan bahwa pesan yang berbasis bukti lebih mampu mempengaruhi sikap dan perilaku dibandingkan pendekatan konvensional. Namun demikian, implementasi komunikasi berbasis bukti di Indonesia masih menghadapi berbagai keterbatasan, terutama dalam hal penerapan pendekatan interdisipliner, integrasi intervensi pada level individu, komunitas, dan kebijakan, serta pelibatan kelompok rentan dalam proses perancangan komunikasi. Oleh karena itu, komunikasi berbasis bukti dalam pemasaran sosial kesehatan perlu dikembangkan secara lebih komprehensif, terintegrasi, dan inklusif agar mampu memberikan dampak yang berkelanjutan terhadap peningkatan derajat kesehatan masyarakat.

### **Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Perancangan komunikasi kesehatan perlu mengadopsi pendekatan interdisipliner dengan melibatkan berbagai bidang ilmu agar intervensi yang dihasilkan lebih kontekstual dan efektif.
- b. Program komunikasi kesehatan sebaiknya dikembangkan dengan pendekatan multilevel yang mencakup individu, komunitas, dan kebijakan untuk mendukung perubahan perilaku yang berkelanjutan.
- c. Kelompok rentan perlu dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan komunikasi melalui pendekatan partisipatif agar pesan yang dihasilkan lebih relevan dan mudah diterima.
- d. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkuat evaluasi berbasis bukti dengan mengukur dampak komunikasi terhadap perubahan perilaku dan keberlanjutan program kesehatan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Nurhayati, S., & Wijayanti, R. (2021). Promosi kesehatan berbasis digital di Indonesia: Tantangan dan peluang. *Kesmas: Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, 16(2), 89-97.
- Arifin, S., & Rahman, F. (2022). Strategi komunikasi kesehatan dalam pencegahan COVID-19 pada masyarakat perkotaan. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 17(1), 45-53.
- Castiglia, P., & Dettori, M. (2022). Communication and health: The importance of evidence-based approaches. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1460. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031460>
- Dewi, R. K., & Kurniawan, B. (2021). Efektivitas media sosial dalam promosi kesehatan pada generasi milenial. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 20(3), 150-158.
- Dietrich, T., Rundle-Thiele, S., & Kubacki, K. (2021). Segmentation in social marketing: A systematic review of methods and outcomes. *Social Marketing Quarterly*, 27(2), 89-108. <https://doi.org/10.1177/15245004211008595>
- Hidayat, T., Mulyani, S., & Wijaya, A. (2022). Peran komunikasi dalam perubahan perilaku kesehatan masyarakat pasca pandemi. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 17(2), 120-128.
- Kreps, G. L. (2021). Strategic health communication across the continuum of care. *Health Communication*, 36(1), 1-5. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1847447>

- Lestari, D., & Purnama, A. (2023). Pengembangan konten kesehatan berbasis digital melalui pendekatan storytelling. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 22(4), 245–252
- Noar, S. M. (2021). Advancing health communication campaigns: New directions and insights. *Annual Review of Public Health*, 42, 1–19. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-090419-102507>
- Nugroho, T., & Fauziah, R. (2022). Komunikasi risiko kesehatan masyarakat dalam penanganan penyakit tidak menular. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 10(1), 12–20.
- Prasetyo, B., & Susanti, Y. (2023). Efektivitas pemasaran sosial dalam meningkatkan cakupan imunisasi dasar di wilayah perbatasan. *Global Medical and Health Communication*, 11(1), 29–37.
- Obinomen, E., & Juntunen, M. (2021). Social marketing pandemic communication framework: Strategies for inclusive crisis response. *Journal of Public Health Policy*, 42(4), 567–582. <https://doi.org/10.1057/s41271-021-00308-4>
- Rahmawati, I., & Setiawan, D. (2022). Literasi kesehatan dan perilaku masyarakat dalam pencegahan stunting. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 13(1), 1–10.
- Sari, M., & Putri, N. (2023). Komunikasi kesehatan pada generasi muda: Studi literasi media sosial tentang kesehatan reproduksi. *Journal of Health Education and Literacy*, 6(2), 90–98.
- Southwell, B. G., Brennen, J. S., Paquin, R., & Boyd, V. (2021). Misinformation as a misunderstood challenge to public health. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(15), e2101937118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2101937118>
- Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2022). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet Public Health*, 7(6), e534–e545. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20933263/>
- Willoughby, J. F., & Myrick, J. G. (2023). Effects of narrative and statistical evidence in health communication: A meta-analysis. *Journal of Health Communication*, 28(4), 245–260. <https://doi.org/10.1080/10810730.2023.2192685>
- Wulandari, A., Kusuma, A. D., & Hartono, B. (2021). Edukasi gizi melalui media digital: Efektivitas konten video pendek terhadap peningkatan pengetahuan. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 17(4), 200–210.

**Buku**

French, J., & Gordon, R. (2019). *Strategic social marketing* (2nd ed.). Sage Publications.

Lee, N. R., & Kotler, P. (2020). *Social marketing: Influencing behaviors for good* (6th ed.). Sage Publications.