

## **Scooping Review Strategi Promosi Kesehatan di Komunitas: Sebuah Kajian Sistematis tentang Media, Fungsi Edukasi, dan Hambatan Praktis**

**Abdillah Fatkhul Wahab<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN KH Achmad Siddiq Jember  
[abdillahfw21@gmail.com](mailto:abdillahfw21@gmail.com)

---

### **Keywords:**

*Communication Techniques  
Digital Media  
Health Education  
Health Promotion*

---

### **ABSTRACT**

*Health promotion is one of the key strategies to improve public health, particularly in addressing issues such as stunting, sexually transmitted infections (STIs), and adolescent reproductive health. This review aims to evaluate various health promotion techniques employed in Indonesia, and to examine their functions, strengths, limitations, and implementation challenges. A systematic literature review was conducted on 20 selected articles published between 2020 and 2025. The analysis revealed a wide range of techniques, including digital media such as educational WhatsApp messages, animated videos, and interactive social media, as well as conventional methods like face-to-face counseling, leaflets, comics, traditional games, and posters. Digital approaches tend to be effective in reaching adolescents and tech-literate groups, whereas face-to-face methods are more suitable for the elderly and communities with limited access to technology. Nevertheless, all techniques face specific challenges, including limited digital literacy, infrastructure gaps, and cultural resistance to sensitive topics. This review concludes that the success of health promotion efforts greatly depends on the alignment between techniques, target populations, sociocultural context, and institutional support. A hybrid and collaborative approach is needed to enhance the effectiveness of health promotion programs in Indonesia.*

---

### **Kata Kunci**

*Edukasi kesehatan  
Media digital  
Teknik komunikasi  
Promosi kesehatan*

---

### **ABSTRAK**

Promosi kesehatan merupakan salah satu strategi kunci dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, terutama dalam menghadapi isu-isu seperti stunting, infeksi menular seksual (IMS), dan kesehatan reproduksi remaja. Kajian ini bertujuan untuk mengevaluasi berbagai teknik promosi kesehatan yang digunakan di Indonesia serta menelaah fungsi, kelebihan, kekurangan, dan tantangan dari masing-masing pendekatan. Metode yang digunakan adalah systematic literature review terhadap 20 artikel terpilih yang dipublikasikan antara tahun 2020 hingga 2025. Hasil analisis menunjukkan bahwa teknik promosi sangat beragam, mulai dari media digital seperti WhatsApp edukasi, video animasi, dan media sosial interaktif, hingga pendekatan konvensional seperti penyuluhan tatap muka, leaflet, komik, permainan tradisional, dan poster. Teknik digital cenderung efektif dalam menjangkau remaja dan kelompok melek teknologi, sedangkan pendekatan tatap muka lebih sesuai bagi lansia dan masyarakat umum dengan akses terbatas terhadap teknologi. Namun demikian, seluruh teknik memiliki tantangan tersendiri, antara lain keterbatasan literasi digital, infrastruktur, serta resistensi budaya terhadap topik-topik sensitif. Kajian ini menyimpulkan



bahwa keberhasilan promosi kesehatan sangat bergantung pada kecocokan antara teknik, sasaran, konteks sosial-budaya, dan dukungan kelembagaan. Diperlukan pendekatan hibrida dan kolaboratif yang berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas program promosi kesehatan di Indonesia.

**Korespondensi Penulis:**

Abdillah Fatkhul Wahab,  
Fakultas Tarbiyah dan ilmu keguruan UIN KH Achmad  
Siddiq Jember,  
Jl. Mataram No. 1  
Email: [abdillahfw21@gmail.com](mailto:abdillahfw21@gmail.com)

**Submitted : June 27, 2025;**

**Accepted : June 30, 2025;**

**Published : June 27, 2025**

**Copyright (c) 2024 The Author (s)**

*This article is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0)*

## 1. PENDAHULUAN

Strategi promosi kesehatan memegang peran yang sangat vital dalam upaya meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan perubahan perilaku masyarakat menuju hidup yang lebih sehat. Implementasi strategi ini telah berkembang secara signifikan dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi, baik konvensional maupun berbasis teknologi digital. Penerapan media promosi kesehatan dilakukan dalam berbagai setting, termasuk lingkungan sekolah, komunitas masyarakat umum, hingga tempat kerja. Salah satu contoh yang menunjukkan keberhasilan pendekatan ini adalah penggunaan media sosial dan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp. Media ini terbukti efektif menjangkau kelompok usia remaja secara cepat dan luas, serta mampu meningkatkan pemahaman mereka mengenai isu-isu krusial seperti kesehatan reproduksi, gizi seimbang, dan pencegahan stunting [1], [2].

Seiring meningkatnya prevalensi penyakit yang berkaitan erat dengan perilaku hidup sehari-hari, seperti kekurangan gizi kronis (stunting), infeksi menular seksual (IMS), serta rendahnya standar kebersihan diri, kebutuhan akan inovasi dalam teknik promosi kesehatan menjadi semakin mendesak. Untuk menjawab tantangan tersebut, beberapa pendekatan kreatif telah diimplementasikan. Penggunaan metode berbasis permainan tradisional, penyajian materi melalui video animasi, hingga pengembangan modul pembelajaran elektronik (e-modul) merupakan bentuk strategi yang berhasil diterapkan dalam program promosi kesehatan. Teknik-teknik tersebut secara signifikan terbukti mampu meningkatkan pengetahuan siswa, khususnya dalam aspek perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS), serta mendorong perubahan sikap yang lebih positif terhadap kesehatan diri [3], [4].

Namun demikian, meskipun strategi promosi kesehatan telah dirancang dan disesuaikan dengan karakteristik sasaran, tidak semua implementasi berjalan tanpa kendala. Berdasarkan sejumlah studi yang telah dilakukan, terdapat berbagai hambatan yang sering muncul dalam praktik di lapangan. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi, kurangnya literasi digital di kalangan masyarakat sasaran, serta rendahnya tingkat partisipasi aktif dari peserta program. Tantangan-tantangan ini menjadi indikator bahwa efektivitas suatu program promosi kesehatan tidak hanya ditentukan oleh pilihan media atau teknik komunikasi yang digunakan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya setempat, tingkat keterlibatan masyarakat, dan dukungan dari lingkungan sekitar [5], [6]. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih kontekstual dan partisipatif untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dari strategi promosi kesehatan yang diimplementasikan.

Dalam kajian promosi kesehatan, keberadaan teori-teori perilaku seperti Health Belief Model (HBM) dan pendekatan Behavior Change Communication (BCC) sangat penting sebagai landasan konseptual untuk memahami bagaimana individu merespons pesan-pesan kesehatan yang diberikan melalui berbagai intervensi. HBM, misalnya, menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk melakukan tindakan pencegahan kesehatan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap kerentanan, tingkat keparahan, manfaat, serta hambatan terhadap suatu tindakan. Sementara BCC menekankan pentingnya strategi komunikasi yang sistematis dan berbasis audiens untuk memfasilitasi perubahan perilaku yang berkelanjutan. Namun, dalam praktik di lapangan, tidak semua program promosi kesehatan secara eksplisit mengacu atau menggunakan teori-teori ini sebagai pijakan dalam perancangan maupun pelaksanaan intervensinya [7], [8]. Ketiadaan



rujukan pada teori perilaku dalam sebagian program mengakibatkan kurangnya arah strategis dalam pelaksanaan promosi dan menurunkan efektivitas jangka panjang dari upaya intervensi yang dilakukan.

Selain itu, penelitian-penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa efektivitas suatu teknik promosi sangat bergantung pada kesesuaian antara media yang digunakan dengan karakteristik demografis dan sosiokultural dari kelompok sasaran. Misalnya, media seperti komik bergambar, animasi visual, dan video edukatif terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian kelompok usia remaja, terutama karena elemen visual dan narasi yang sesuai dengan preferensi kognitif serta minat mereka. Sebaliknya, metode seperti leaflet atau kartu edukatif dianggap lebih tepat untuk kelompok usia lanjut (lansia) yang cenderung lebih menyukai pendekatan visual sederhana dan informasi yang dapat diakses secara berulang tanpa perlu keterampilan digital yang tinggi [9], [10]. Oleh karena itu, dalam merancang strategi promosi kesehatan, penting untuk melakukan segmentasi audiens secara cermat berdasarkan faktor usia, tingkat pendidikan, akses teknologi, serta nilai-nilai budaya lokal agar penyampaian pesan kesehatan dapat diterima dan dipahami secara optimal oleh sasaran.

Masing-masing pendekatan promosi kesehatan memiliki keunggulan dan keterbatasan yang perlu dipertimbangkan secara komprehensif. Beberapa teknik menonjol dalam hal daya jangkau, efisiensi biaya, serta daya tarik visual. Sebagai contoh, video animasi atau infografik digital sangat efektif dalam menarik perhatian, menyampaikan informasi secara ringkas, dan dapat disebarluaskan dengan cepat melalui platform digital. Namun, pendekatan ini seringkali tidak memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara pemberi informasi dan penerima, yang dapat membatasi pemahaman mendalam atau klarifikasi langsung terhadap pertanyaan yang muncul [6], [11]. Di sisi lain, pelaksanaan promosi kesehatan secara tatap muka sering kali terhambat oleh keterbatasan sumber daya manusia, waktu, dan biaya. Keterbatasan tenaga kesehatan yang terlatih di bidang komunikasi kesehatan menyebabkan kegiatan edukatif sulit dijalankan secara optimal, terutama di daerah terpencil. Selain itu, waktu fasilitator yang terbatas akibat beban kerja klinis serta kesibukan peserta menjadi kendala dalam menjadwalkan sesi penyuluhan. Dari sisi pembiayaan, promosi tatap muka memerlukan dana untuk logistik, transportasi, dan materi edukasi, yang tidak selalu tersedia atau menjadi prioritas dalam anggaran program kesehatan. Oleh karena itu, pemilihan strategi yang tepat membutuhkan pertimbangan matang dengan mengintegrasikan pendekatan teoritis, hasil riset, serta realitas lapangan.

Kajian ini menjadi penting untuk merangkum berbagai teknik promosi kesehatan yang telah digunakan, menilai fungsinya, mengidentifikasi keunggulan dan kekurangannya, serta menggali tantangan penerapannya. Dengan merujuk pada berbagai studi di sekolah, komunitas, dan tempat kerja, hasil review ini diharapkan menjadi dasar untuk penyusunan strategi promosi yang lebih efektif dan adaptif [12], [13]. Adapun tujuan dari SLR ini adalah untuk mengidentifikasi jenis media promosi kesehatan yang paling sesuai untuk kelompok sasaran tertentu, memahami bagaimana media tersebut berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan dan perilaku kesehatan, serta menyusun rekomendasi strategis bagi pengembangan intervensi promosi kesehatan berbasis bukti di Indonesia.

## **2. METODE PENELITIAN**

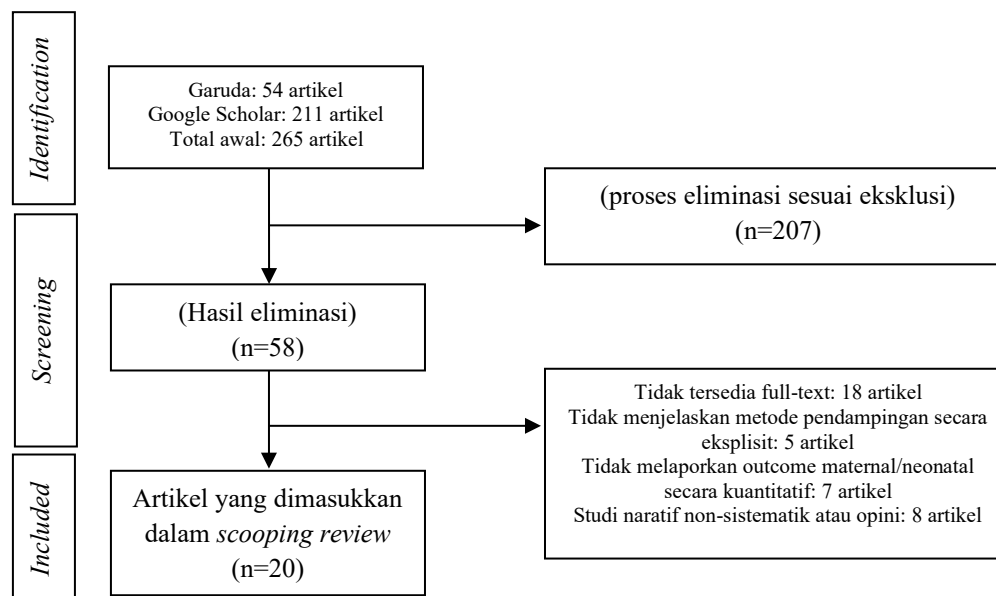
Penelitian ini menggunakan pendekatan systematic literature review sebagai metode utama untuk mengkaji berbagai teknik promosi kesehatan, termasuk fungsi, keunggulan, kelemahan, serta tantangan implementasinya. Pendekatan ini dilakukan secara sistematis, transparan, dan terstruktur, mengikuti kaidah metodologi kajian literatur ilmiah guna mensintesis bukti-bukti yang telah ada dalam bidang promosi kesehatan masyarakat di Indonesia. Sumber data sekunder diperoleh melalui pencarian literatur dari berbagai database dan repositori jurnal ilmiah nasional, dengan fokus pada publikasi dalam rentang lima tahun terakhir (2020–2024). Basis data utama yang digunakan adalah Garuda dan Google Scholar, yang kemudian disaring lebih lanjut dengan fitur Artificial Intelligence dari ResearchRabbit untuk mengidentifikasi artikel relevan tambahan secara eksploratif.

Kata kunci (keywords) yang digunakan dalam proses penelusuran literatur dikombinasikan dengan operator Boolean (“AND” dan “OR”) untuk memperluas cakupan pencarian. Tiga kelompok frasa pencarian utama adalah: (“promosi kesehatan” OR “edukasi kesehatan” OR “komunikasi kesehatan”) AND

(“media promosi” OR “video animasi” OR “leaflet” OR “WhatsApp” OR “komik” OR “poster” OR “e-modul”) AND (“Lingkungan Sehat” OR “PHBS” OR “personal hygiene”).

Kriteria inklusi meliputi: Artikel asli (bukan review), Mengandung intervensi promosi kesehatan yang dideskripsikan secara eksplisit, Fokus pada populasi masyarakat umum (anak, remaja, lansia, pekerja), Ditulis dalam bahasa Indonesia, Tersedia dalam versi full-text. Sedangkan kriteria eksklusi meliputi: Artikel opini atau editorial, Promosi berbasis farmasi tanpa elemen edukasi, Studi tanpa evaluasi atau hasil intervensi.

Proses seleksi artikel mengikuti panduan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), dimulai dari identifikasi, screening, kelayakan, hingga tahap inklusi akhir. Sebanyak 20 artikel dipilih untuk dianalisis lebih lanjut. Diagram alur PRISMA digunakan untuk menggambarkan proses pemilihan artikel secara sistematis. Artikel yang lolos tahap akhir dianalisis berdasarkan karakteristik desain penelitian, media promosi yang digunakan, sasaran populasi, hasil intervensi, serta temuan terkait fungsi, keunggulan, kelemahan, dan tantangan program.



Gambar 1. Seleksi Artikel Metode Prisma

### 3. HASIL DAN ANALISIS

#### 3.1 Hasil

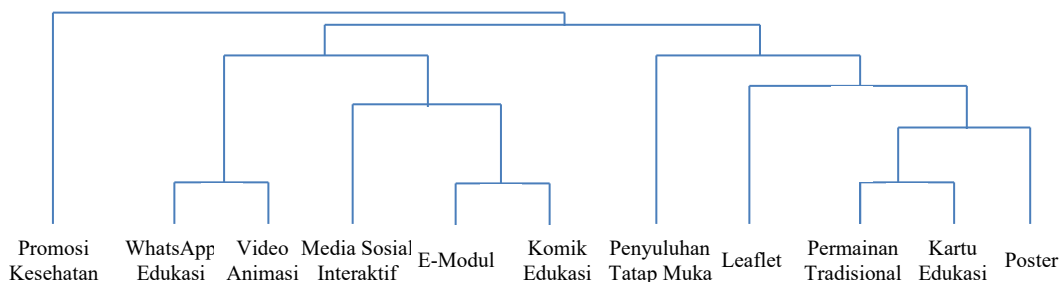
Tabel 1. Hasil Penelitian

Kode Artikel	Judul	Hasil dan Evaluasi Teknik Promosi Kesehatan
[1]	Aplikasi Pencegahan Stunting "Gasing" Untuk Siswi Sma Di Kecamatan Kalibawang Kulon Progo (Kasjono & Suryani, 2020)	Menggunakan media WhatsApp untuk edukasi gizi remaja. Kelebihannya adalah mudah diakses dan familiar, namun keterbatasan responsif dan literasi digital menjadi kendala.
[2]	Edukasi Gizi Seimbang dan Kesehatan Reproduksi Melalui Media Whatsapp terhadap Pengetahuan Remaja dalam Upaya Pencegahan Stunting (Emylisa et al, 2023)	Penerapan video animasi pada siswa sekolah dasar. Sangat menarik secara visual, namun membutuhkan akses internet dan tidak semua peserta fokus menonton.
[3]	Pengaruh Promosi Kesehatan Melalui Media Lempar Busur Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Dalam Pencegahan	Menggunakan komik edukasi untuk promosi seksualitas sehat. Cocok untuk remaja karena



- 
- |      |   |  |
|------|---|--|
| [4]  | Ims Di Smp Negeri 20 Kupang (Zai et al, 2025)<br>Perbandingan Metode Online Dan Offline Dalam Peningkatan Awareness Calon Pengantin Terhadap Gizi Prakonsepsi Sebagai Upaya Pencegahan Stunting Pada Kursus Persiapan Pernikahan (Atmaka et al, 2022)         | menarik, namun kelemahannya adalah kurang mendalam dalam informasi.<br>Penyuluhan tatap muka di sekolah menengah. Meningkatkan interaksi langsung, namun terkendala waktu dan ketersediaan tenaga fasilitator. |
| [5]  | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan Terhadap Tingkat Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja di SMPN 1 Sakra (Masturi et al, 2023)   | Leaflet promosi PHBS untuk anak-anak. Ringkas dan jelas, namun mudah hilang atau diabaikan.  |
| [6]  | Efektivitas Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial dalam Mendorong Perilaku Hidup Sehat Pada Remaja (Mustafa & Sani, 2024)  | E-modul untuk edukasi personal hygiene di panti asuhan. Kaya konten dan mandiri, tapi memerlukan perangkat dan pelatihan pengguna.   |
| [7]  | Efektivitas Media Video Animasi Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Siswa / Tentang Seks Remaja (Fahrezi et al, 2024)  | Media sosial interaktif (Instagram) untuk edukasi reproduksi remaja. Jangkauan luas dan relevan, tetapi tidak semua remaja aktif secara edukatif.  |
| [8]  | Media Komik Sebagai Alternatif Media Promosi Kesehatan Seksualitas Remaja (Ansari et al, 2020)  | Permainan tradisional sebagai media promosi IMS. Interaktif dan menyenangkan, tapi perlu waktu persiapan dan fasilitator khusus.   |
| [9]  | Pengembangan Konten Video Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Kesehatan Personal Hygiene Menstruasi Bagi Remaja Putri (Triamanda et al, 2022)  | Kartu edukasi untuk lansia. Meningkatkan motivasi dengan pendekatan visual sederhana, namun tidak fleksibel dalam penyesuaian materi.  |
| [10] | Promosi Kesehatan berbasis Kartu untuk Meningkatkan Motivasi Lansia: Alternatif Media Pendidikan Kesehatan (Wahyudi et al, 2023)  | Poster kampanye protokol COVID-19 untuk lansia. Mudah dipasang dan dilihat, tapi kurang interaktif dan sering diabaikan.   |
| [11] | Ganas (Gerakan Aku Anak Sehat) Dalam Meningkatkan Promosi Kesehatan Sejak Dini di SD Penuai Medan (Sebayang et al, 2024)  | Program edukasi langsung di tempat kerja. Menjangkau kelompok pekerja secara langsung, tetapi tantangan waktu kerja dan partisipasi menjadi hambatan.  |
| [12] | Edukasi Dan Promosi Kesehatan: Penggunaan Obat Herbal Yang Aman Dan Efektif Bagi Masyarakat Kecamatan Padang Utara Kota Padang (Dillasamola et al, 2024)  | WhatsApp untuk kursus gizi pranikah. Efektif menyampaikan informasi berulang, tapi kurang diskusi dua arah.  |
| [13] | Promosi Kesehatan Pada Anak Sekolah Dasar Dalam Peningkatan Pengetahuan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (Phbs ) Di Sd Al- Irsyad Kota Batu (Rahmadina et al,m 2023)   | Animasi edukasi menstruasi untuk remaja putri. Memudahkan pemahaman topik sensitif, tapi beberapa konten dianggap terlalu umum.  |
| [14] | Efektivitas Electronic Module (E-Modul) Promosi Kesehatan untuk Meningkatkan Keterampilan Mencuci Tangan Pakai Sabun pada Meningkatkan Keterampilan Mencuci Tangan Pakai Sabun pada Anak Usia Sekolah di Panti Asuhan Abul Hasan Jambi (Razi & Surayah, 2023) | Komik promosi PHBS di sekolah dasar. Meningkatkan daya tarik materi, namun keterbatasan isi menjadi masalah.   |
| [15] | Promosi Kesehatan tentang Pentingnya Penanganan Limbah di Industri Pengolahan Tahu Kudus (Wachid et al, 2024)   | Penyuluhan penggunaan obat herbal aman. Edukasi berbasis komunitas efektif, tapi resistensi budaya lokal jadi tantangan.   |
-

[16]	Pengaruh promosi kesehatan terhadap perilaku personal hygiene pada anak usia sekolah kelas 4-5 SD Islam RPI Kuningan (Rahayu & Risdiana, 2024)	Promosi kesehatan anak lewat gerakan komunitas sekolah. Meningkatkan keterlibatan, tetapi partisipasi orang tua masih rendah.
[17]	Kajian Promosi Kesehatan di Lingkungan Rumah Sakit (Nenobais, 2025)	Poster dan leaflet promosi gizi untuk calon pengantin. Menjangkau kelompok spesifik, tapi kurang evaluasi hasil jangka panjang.
[18]	Strategi Promosi Kesehatan Dalam Peningkatan Program Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Di Smp 2 Pabuaran Subang 2024 (Nurhayati et al, 2024)	E-modul cuci tangan di panti asuhan. Praktis dan edukatif, tapi perlu pendampingan awal untuk penggunaan efektif.
[19]	Implementasi Promosi Kesehatan di Tempat Kerja (Studi di Corporate Human Resource Kompas Gramedia) (Amini & Nilamsari, 2023)	Promosi pengelolaan limbah di industri tahu. Menumbuhkan kesadaran pekerja, tapi hambatan regulasi dan budaya menjadi isu.
[20]	Penerapan Promosi Kesehatan Tentang Protokol Kesehatan Pada saat Pandemi Covid – 19 Dan Lingkungan Sehat Pada Lansia (Nurhayati et al, 2021)	Program promosi kesehatan di rumah sakit. Menyasar pasien dan pengunjung, namun keterbatasan tenaga dan waktu edukasi menjadi hambatan.



Gambar 2. Dendrogram

### 3.2 Diskusi

Promosi kesehatan di Indonesia telah mengalami diversifikasi teknik, terutama dalam merespons kebutuhan kelompok sasaran yang berbeda. Teknik yang digunakan bervariasi dari media digital modern seperti WhatsApp [1], video animasi [6], [11], media sosial [2], [5], hingga pendekatan konvensional seperti penyuluhan tatap muka [8], [16], [18] dan media cetak berupa leaflet dan poster [10], [17], [20]. Meskipun berbeda dalam bentuk, seluruh teknik ini memiliki kesamaan orientasi: menyampaikan informasi kesehatan yang aplikatif dan relevan secara kontekstual dengan tujuan mengubah perilaku sasaran. Selain itu, hampir semua intervensi menyasar kelompok yang rentan atau memiliki peran strategis, seperti remaja [1], [2], [11],[14], anak sekolah dasar [4], [12], [15], calon pengantin [7], [17], lansia [10], [20], hingga komunitas kerja dan masyarakat umum [8], [13], [16]. Kesamaan lainnya adalah penggunaan alat bantu visual dan verbal dalam menyampaikan pesan kesehatan, meskipun dengan variasi intensitas interaksi.

Terdapat perbedaan mencolok dalam strategi implementasi dan teknologi yang digunakan. Beberapa artikel mengandalkan komunikasi dua arah, seperti edukasi berbasis WhatsApp [1] dan penyuluhan interaktif [16], [18], yang memberikan ruang bagi diskusi dan klarifikasi. Di sisi lain, pendekatan satu arah ditemukan dalam video animasi [6], [11] dan leaflet/poster [10], [17], yang lebih mengandalkan visualisasi untuk menyampaikan pesan. Perbedaan ini mencerminkan kondisi sumber daya di masing-masing lokasi intervensi dan kapasitas digital target audiens. Misalnya, video animasi di sekolah kota [6], [11] cenderung berhasil karena dukungan fasilitas dan kebiasaan digital siswa, sementara di komunitas lansia [10], [20] promosi kesehatan masih mengandalkan pendekatan konvensional seperti kartu dan poster. Di sisi lain, artikel [3] unik karena menggunakan permainan tradisional sebagai media interaktif dalam edukasi IMS, menggabungkan unsur lokal dan budaya dengan edukasi kesehatan.



Masing-masing teknik promosi memiliki nilai strategis. WhatsApp dan media sosial [1], [2], [5] memiliki keunggulan dalam hal jangkauan dan kontinuitas interaksi. Informasi dapat dikirimkan secara berkala dan memungkinkan penerima untuk menyimpannya dan membacanya kembali. Teknik ini juga memungkinkan segmentasi sasaran dan pengiriman pesan yang disesuaikan. Video animasi dan motion graphic [6], [11] unggul dalam menyederhanakan materi kompleks atau sensitif seperti seksualitas dan menstruasi. Komik dan permainan [3], [9] memberikan pendekatan emosional dan keterlibatan yang tinggi, meningkatkan retensi informasi di kalangan peserta muda. E-modul [4] dan strategi berbasis sekolah [15], [19] menekankan kemandirian belajar dan integrasi promosi ke dalam sistem pembelajaran formal. Sementara itu, teknik tatap muka dan komunitas [8], [16], [18] memberikan konteks kultural yang kuat serta membuka ruang partisipasi masyarakat dalam proses belajar.

Media sosial dan WhatsApp terbatas pada peserta yang memiliki akses perangkat dan literasi digital yang memadai. Artikel [1] dan [5] menyebutkan bahwa partisipasi pasif menjadi tantangan karena tidak semua sasaran merespons secara aktif. Video animasi dan motion graphic [6], [11] membutuhkan biaya produksi tinggi dan keahlian teknis, serta tidak selalu bisa menjangkau masyarakat rural yang tidak memiliki akses internet. Leaflet, poster, dan kartu edukasi [10], [17], [20] meskipun ekonomis dan mudah disebarkan, sering kali diabaikan dan dianggap tidak menarik oleh peserta yang lebih akrab dengan media visual digital. Pendekatan berbasis sekolah atau komunitas [15], [16], [19] juga menghadapi hambatan dalam hal keterbatasan waktu, kesiapan fasilitator, dan dukungan institusional, terutama bila promosi kesehatan hanya dianggap sebagai tambahan beban kerja.

Tantangan lain yang ditemukan adalah adanya barrier kultural dan struktural. Artikel [16] mengungkapkan bahwa masyarakat kadang menolak informasi yang bertentangan dengan kepercayaan lokal, seperti edukasi tentang penggunaan obat herbal secara ilmiah. Di sisi lain, remaja kadang enggan membahas isu sensitif seperti kesehatan reproduksi atau seksualitas secara terbuka [5], [6]. Beberapa program tidak memiliki evaluasi jangka panjang, sehingga dampak intervensi terhadap perubahan perilaku tidak dapat diukur secara akurat [4], [7], [8]. Selain itu, keterbatasan waktu dan prioritas di tempat kerja [13] maupun keterbatasan pemahaman di kalangan lansia [10], [20] menjadi kendala dalam pelaksanaan promosi secara konsisten dan efektif. Tantangan teknis seperti infrastruktur internet dan pelatihan fasilitator juga turut memengaruhi keberhasilan program.

Terdapat indikasi bahwa teknik yang mengintegrasikan pendekatan digital dengan interaksi sosial memiliki potensi lebih besar untuk bertahan. Misalnya, artikel [7] menunjukkan bahwa kombinasi metode online dan offline dalam kursus pranikah memberikan hasil yang lebih baik dibanding metode tunggal. Demikian juga, pendekatan yang melibatkan komunitas [15], [16] atau institusi formal seperti sekolah [4], [12], [19] memiliki peluang untuk berlanjut karena mendapat dukungan sistem. Sebaliknya, promosi yang hanya berupa satu kali kegiatan atau kampanye visual [17], [20] cenderung tidak berkelanjutan jika tidak disertai dengan program monitoring dan penguatan pesan berulang.

Persamaan menarik dari seluruh studi adalah bahwa adaptasi terhadap karakteristik sasaran menjadi kunci keberhasilan intervensi promosi. Artikel [2], [5], dan [14] menunjukkan bahwa keberhasilan promosi di kalangan remaja sangat tergantung pada gaya komunikasi yang tidak menggurui, bahasa yang ringan, dan visual yang menarik. Sedangkan untuk lansia, seperti ditunjukkan artikel [10] dan [20], dibutuhkan bahasa yang sederhana, font besar, dan pendekatan tatap muka yang hangat. Untuk anak-anak, seperti dalam artikel [9], [12], dan [15], diperlukan pendekatan berbasis cerita, permainan, atau aktivitas fisik yang menyenangkan. Penyesuaian terhadap usia, budaya, latar pendidikan, serta preferensi media menjadi aspek sentral yang membedakan efektivitas intervensi antara satu studi dengan lainnya.

Teknik promosi kesehatan terkait dengan keberhasilannya bergantung pada kecocokan antara teknik, pesan, media, fasilitator, dan kondisi sasaran. Untuk memperkuat efektivitas program promosi kesehatan ke depan, pendekatan yang menyatukan teknologi, budaya lokal, dan keterlibatan komunitas secara aktif menjadi sangat penting. Kajian ini juga menegaskan perlunya desain program yang terstruktur dan berkelanjutan, pelatihan fasilitator, serta evaluasi berbasis indikator perilaku. Strategi promosi yang lebih efektif ke depan dapat mencakup pemanfaatan media digital berbasis komunitas (community-based digital platform), penggunaan storytelling yang berbasis lokalitas, pengembangan modul interaktif daring dan luring yang adaptif, serta pelibatan tokoh masyarakat atau peer educator dalam menyampaikan pesan.



Kolaborasi lintas sektor dengan institusi pendidikan, organisasi keagamaan, dan dunia usaha juga menjadi komponen penting dalam memperluas jangkauan dan keberlanjutan intervensi. Implikasi dari temuan ini penting tidak hanya bagi perancang program promkes, tetapi juga bagi pengambil kebijakan yang ingin mengintervensi determinan sosial dan budaya kesehatan secara lebih strategis dan berbasis bukti.

#### 4. KESIMPULAN

Tinjauan sistematis terhadap dua puluh artikel menunjukkan bahwa promosi kesehatan di Indonesia menggunakan beragam teknik, mulai dari media digital seperti WhatsApp, video animasi, dan media sosial, hingga metode konvensional seperti penyuluhan tatap muka, permainan edukatif, dan media cetak. Keragaman pendekatan ini mencerminkan upaya adaptif terhadap karakteristik sasaran, terutama remaja, anak sekolah, calon pengantin, lansia, dan komunitas kerja. Teknik berbasis visual dan interaktif cenderung lebih menarik dan meningkatkan pemahaman, khususnya di kalangan generasi muda. Namun demikian, masing-masing teknik memiliki tantangan, antara lain keterbatasan literasi digital, infrastruktur teknologi, resistensi budaya terhadap isu sensitif seperti seksualitas, serta keterbatasan waktu dan tenaga pada pelaksana promosi di institusi seperti rumah sakit atau sekolah.

Berdasarkan hasil kajian, strategi promosi kesehatan yang efektif sebaiknya mengombinasikan pendekatan daring dan luring, dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan ketersediaan sumber daya. Penting pula untuk melibatkan komunitas dan institusi pendidikan sebagai mitra utama dalam pelaksanaan promosi, serta memperkuat kapasitas fasilitator melalui pelatihan berkelanjutan. Selain itu, dibutuhkan evaluasi jangka panjang yang tidak hanya mengukur pengetahuan, tetapi juga perubahan sikap dan perilaku. Dengan dukungan kebijakan dan kolaborasi multisektor, program promosi kesehatan di Indonesia dapat lebih berkelanjutan, adaptif, dan berdampak pada peningkatan derajat kesehatan masyarakat secara menyeluruh.

#### REFERENSI

- [1] Kasjono, H. S., & Suryani, E. (2020). Aplikasi pencegahan stunting "GASING" untuk siswi SMA di Kecamatan Kalibawang Kulon Progo. *Jurnal Nutrisia*, 22(1), 16–22. <https://doi.org/10.29238/jnutri.v22i1.200>
- [2] Emylisa, D. A., Suryani, N., Fathullah, D. M., & Yudistira, S. (2023). Edukasi gizi seimbang dan kesehatan reproduksi melalui media WhatsApp terhadap pengetahuan remaja dalam upaya pencegahan stunting. *Jurnal Gizi Dietetik*, 2(4), 293–300. <https://doi.org/10.25182/jigd.2023.2.4.293-300>
- [3] Zai, F. A., Nayoan, C. R., & Picauly, I. (2025). Pengaruh promosi kesehatan melalui media lempar busur terhadap pengetahuan dan sikap dalam pencegahan IMS di SMP Negeri 20 Kupang. *PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 9(1), 1089–1098.
- [4] Atmaka, D. R., Haryana, N. R., Rachmah, Q., Setyaningtyas, S. W., Fitria, A. L., Pratiwi, A. A., Nastiti, A. N., Agustin, A. M., Diana, R., & Rifqi, M. A. (2022). Perbandingan metode online dan offline dalam peningkatan awareness calon pengantin terhadap gizi prakonsepsi sebagai upaya pencegahan stunting pada kursus persiapan pernikahan. *Media Gizi Indonesia*, 17(SP1), 1–5. <https://doi.org/10.20473/mgi.v17i1SP.1-5>
- [5] Masturi, H., Sajalia, H., & Supini, R. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial sebagai media promosi kesehatan terhadap tingkat pengetahuan kesehatan reproduksi remaja di SMPN 1 Sakra. *ProHealth Journal*, 20(2), 47–52. <https://doi.org/10.59802/phj.2023202112>
- [6] Mustofa, R. A. B., & Sani, M. (2024). Efektivitas promosi kesehatan melalui media sosial dalam mendorong perilaku hidup sehat pada remaja. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 1(3), 212–223. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.484>
- [7] Fahrezi, F., Ismiati, I., & Andeka Marleni, W. (2024). Efektivitas Media Video Animasi Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Siswa/I Tentang Seks Remaja. *Jurnal Promosi Kesehatan Poltekkes Bengkulu*, 4(1), 18–25. <https://doi.org/10.33088/jurnalprosehatkuu.v3i1.580>
- [8] Ansari, R., Suwarni, L., Selviana, S., Rochmawati, R., & Mawardi, M. (2020). Media komik sebagai alternatif media promosi kesehatan seksualitas remaja. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 19(1), 1–10. <https://doi.org/10.33221/jikes.v19i01.431>





- [9] Triamanda, R. Z., Salawati, T., & Larasaty, N. D. (2022). Pengembangan konten video animasi motion graphic sebagai media promosi kesehatan personal hygiene menstruasi bagi remaja putri. *Jurnal Cakrawala Promkes*, 4(1), 40–52. <https://doi.org/10.12928/promkes.v1i1.5466>
- [10] Wahyudi, D. T., & Octamelia, M. (2023). Promosi kesehatan berbasis kartu untuk meningkatkan motivasi lansia: Alternatif media pendidikan kesehatan. *Health Information: Jurnal Penelitian*, 15(3). <https://doi.org/10.36990/hijp.v15i3.1198>
- [11] Sebayang, W. B. R., Sinaga, E. W., Indrayani, M., Hutauruk, P. M., Putri, M., & Azmi, A. (2024). Ganas (Gerakan Aku Anak Sehat) dalam meningkatkan promosi kesehatan sejak dini di SD Penuai Medan. *JUKESHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- [12] Dillasamola, D., Alen, Y., Almahdy, A., Andini, A. F., Al-Khansaa, S., & Nasif, H. (2024). Edukasi dan promosi kesehatan: Penggunaan obat herbal yang aman dan efektif bagi masyarakat Kecamatan Padang Utara Kota Padang. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 7(3), 261–272. <http://buletinnagari.lppm.unand.ac.id>
- [13] Rahmadina, S. A., Lala, H., & Halis, F. D. K. (2023). Promosi kesehatan pada anak sekolah dasar dalam peningkatan pengetahuan perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS) di SD Al-Irsyad Kota Batu. *Jurnal Pendidikan Kesehatan*, 12(2), 91–97.
- [14] Razi, Pahrur and Surayah, Surayah (2023) "Efektivitas Electronic Module (E-Modul) Promosi Kesehatan untuk Meningkatkan Keterampilan Mencuci Tangan Pakai Sabun pada Anak Usia Sekolah di Panti Asuhan Abul Hasan Jambi," *Perilaku dan Promosi Kesehatan : Indonesian Journal of Health Promotion and Behavior*: Vol. 5: Iss. 1, Article 4. Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/ppk/vol5/iss1/4>
- [15] Wachid, A., Mayari, D. P., Nikmah, D. P., Amanda, N. M., & Ramadhani, N. E. (2024). Promosi kesehatan tentang pentingnya penanganan limbah di industri pengolahan tahu Kudus. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Kesehatan*, 1(1), Juni. <https://jupenkes.menarascienceindo.com>
- [16] Rahayu, S. P., & Risdiana, R. (2024). Pengaruh promosi kesehatan terhadap perilaku personal hygiene pada anak usia sekolah kelas 4-5 SD Islam RPI Kuningan. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 15(01). 68-74. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v15i01.1018>
- [17] Nenobais, D. I. (2025). Kajian promosi kesehatan di lingkungan rumah sakit. *Corona: Jurnal Ilmu Kesehatan Umum, Psikologi, Keperawatan dan Kebidanan*, 3(1), 259–269. <https://doi.org/10.61132/corona.v3i1.1154>
- [18] Nurhayati, R., Kusumastuti, I., & Rindu, R. (2024). Strategi promosi kesehatan dalam peningkatan program perilaku hidup bersih dan sehat di SMP 2 Pabuaran Subang 2024. *Jurnal Abdimas Kesehatan*, 5(4).
- [19] Aisyah Amini, & Shofi Nilamsari. (2023). Implementasi Promosi Kesehatan di Tempat Kerja (Studi di Corporate Human Resource Kompas Gramedia) : Implementation of Health Promotion in the Workplace (Study at Kompas Gramedia Corporate Human Resource). *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(2), 296-306. <https://doi.org/10.56338/mppki.v6i2.3037>
- [20] Nurhayati, N., Pangesu, D. N., & Lahada, G. (2021). Penerapan promosi kesehatan tentang protokol kesehatan pada saat pandemi Covid-19 dan lingkungan sehat pada lansia. *Journal of Public Health Concerns*, 1(4), 208–215. <https://e-jurnal.iphorr.com/index.php/phc>