

Strategi Efektivitas Iklan Layanan Kesehatan Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Penyakit Menular

Clara Anastasya Putri, Muhamad Rifqi Chalik, Lathifa Prima Ghanistyana

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Jl. Perintis Kemerdekaan 1 No.33, Babakan, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15118

*Corresponding Author Email : claraanastasyap28@gmail.com

Article History;

Submitted: 04 Mei2025

Accepted: 23 Juni 2025

Published: 29 Juni 2025

Kata-kata Kunci: Strategi Efektivitas Iklan; Penyakit Menular; Kesadaran Masyarakat

Keywords: Advertising Effectiveness Strateg;; Infectious Diseases; Public Awareness

This is an open access article under the CC-BY-SA license.



ABSTRAK

Dampak dari penyakit menular dapat mempengaruhi kesehatan individu yang menimbulkan beban ekonomi,waktu,dan tenaga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang penyakit menular dikalangan masyarakat, penyakit menular merupakan suatu penyakit yang disebabkan oleh virus, bakteri yang penyebarannya sangat cepat terjadi dari satu individu ke individu lain, atau bisa melalui faktor lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur untuk menganalisis Strategi Efektivitas Iklan Layanan Kesehatan Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Penyakit Menular, Data menggunakan analisis isi melalui proses reduksi data, dan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesadaran publik memegang peranan penting dalam pencegahan penyakit menular. Pendidikan, kesehatan, seperti konseling, terbukti meningkatkan kesadaran remaja tentang pencegahan penyakit dari 60% menjadi 90%.

Strategies for Effective Health Service Advertising to Raise Public Awareness of Infectious Diseases

ABSTRACT

The impact of infectious diseases can affect individual health, resulting in economic, time, and labor burdens. The purpose of this study is to understand infectious diseases among the community. Infectious diseases are diseases caused by viruses or bacteria that spread very quickly from one individual to another, or through environmental factors. This study employs a qualitative approach using literature review to analyze the effectiveness of health service advertisements in raising public awareness about infectious diseases. Data analysis involves content analysis through data reduction and triangulation of sources. The results indicate that public awareness plays a crucial role in preventing infectious diseases. Education and health programs, such as counseling, have been proven to increase teenagers' awareness of disease prevention from 60% to 90%.

PENDAHULUAN

Periklanan kesehatan berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen di sektor layanan kesehatan, sekaligus menjadi sarana komunikasi utama antara penyedia layanan dan pasien. Aspek utama periklanan kesehatan meliputi dampak, etika, dan inovasi (Coşa et al., 2022).

Iklan memengaruhi pilihan konsumen, seperti yang ditunjukkan studi di Dubai, di mana persepsi iklan rumah sakit mempengaruhi keputusan pasien. Di AS, iklan asuransi kesehatan memengaruhi pemahaman masyarakat tentang akses dan kelayakan layanan, terutama terkait Medicaid, dengan variasi antar demografi (Tait et al., 2023).

Dari sisi etika, iklan yang menyesatkan dapat merusak kepercayaan dan berdampak negatif pada kesehatan. Karena itu, standar etika dalam periklanan sangat diperlukan untuk melindungi konsumen (Coşa et al., 2022).

Dalam hal inovasi, teknologi seperti analisis semantik memungkinkan iklan lebih efektif dengan menyesuaikan pesan sesuai kebutuhan pengguna, meningkatkan keterlibatan dan konversi (Li & Chen, 2015).

Meski iklan kesehatan dapat memperluas akses dan keterlibatan pasien, tantangan utama tetap menjaga keseimbangan antara komunikasi yang efektif dan tanggung jawab etis (Straume, 2014).

Penyakit menular terus menjadi ancaman yang signifikan bagi kesehatan masyarakat global, terutama di kalangan remaja berusia 10 hingga 19 tahun. Remaja berada dalam fase transisi

kehidupan yang ditandai dengan pertumbuhan dan perkembangan yang cepat, sehingga lebih rentan terhadap berbagai risiko kesehatan, termasuk penyakit menular (Khan et al., 2022).

COVID19, misalnya, telah mempengaruhi sejumlah besar anak-anak dan remaja, dengan tingkat rawat inap yang lebih tinggi di antara remaja yang tidak divaksinasi dibandingkan dengan remaja yang telah divaksinasi secara lengkap (Nelson Tanjung et al., 2023). Selain COVID-19, penyakit menular lainnya seperti diare, tuberkulosis, dan HIV telah diidentifikasi sebagai penyebab utama morbiditas dan mortalitas di antara anak-anak dan remaja, terutama di negara-negara berpenghasilan rendah dan menengah (Khan et al., 2022).

Wabah penyakit menular sangat umum terjadi di kalangan masyarakat yang menyebabkan kondisi kesehatan yang buruk, penyakit menular adalah penyakit yang disebabkan oleh virus, bakteri yang menyebar dengan sangat cepat dari satu individu ke individu lainnya, atau bisa melalui faktor lingkungan. Dampak penyakit menular dapat sangat mempengaruhi kesehatan individu yang menyebabkan beban ekonomi, waktu, dan energi (Aprilia et al., 2024).

Di Indonesia, meningkatnya insiden penyakit menular terus menjadi masalah serius kesehatan masyarakat. Penyakit menular utama di Indonesia adalah diare, malaria, demam berdarah dengue, influenza, tifus abdominalis, dan gangguan gastrointestinal, menurut statistik Profil Kesehatan dari tahun 2009 hingga 2014. Pengetahuan masyarakat yang buruk tentang penyakit menular memperburuk masalah ini

(Lestari 2019). Saat ini, penyebaran penyakit menular di tingkat global dan nasional masih menghadapi tantangan besar. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) berperan penting dalam koordinasi kesehatan global (Lewis 2014).

Intervensi yang menargetkan penyakit menular dengan beban tinggi di antara anak-anak dan remaja telah menunjukkan beberapa efek perlindungan. Sebagai contoh, pengolahan air, penyaringan air, dan suplementasi yang telah terbukti efektif dalam mengurangi risiko diare, sementara konseling sebaya, kontrak darurat, dan pelatihan petugas kesehatan telah meningkatkan deteksi tuberkulosis dan penyelesaian pengobatan (Khan et al., 2022).

Intervensi terhadap penyakit menular sangat penting untuk menurunkan angka kesakitan dan kematian, khususnya di kalangan anak-anak dan remaja. Strategi yang efektif meliputi vaksinasi yang telah berhasil menekan penyakit seperti campak dan polio (Longini, 2014), perbaikan air dan sanitasi yang mengurangi penyakit diare, serta pendidikan yang meningkatkan deteksi dan penanganan penyakit seperti TBC dan HIV (Khan et al., 2022). Pendekatan kombinasi yang mengintegrasikan berbagai strategi terbukti paling efektif dalam menekan penyebaran patogen (Salkeld et al., 2023). Meski terbukti berhasil, tantangan besar tetap ada di wilayah dengan sumber daya terbatas, sehingga upaya mengatasi kesenjangan akses menjadi sangat krusial untuk efektivitas intervensi global (Khan et al., 2022).

Faktor-faktor seperti globalisasi, urbanisasi, mobilitas manusia, serta

ketidakstabilan sosial ekonomi dan politik di negara berkembang mempercepat penyebaran penyakit menular, sebagaimana terlihat pada wabah Covid-19 (Brockmann, 2017).

Memahami penyakit menular sangat penting untuk intervensi kesehatan masyarakat dewasa yang efektif, mencakup dampak penyakit, faktor lingkungan, dan komunikasi publik. Penyakit seperti tuberkulosis (TB) berdampak besar pada populasi rentan, terutama penderita HIV, sehingga diperlukan strategi pengobatan yang efektif (Mehtani et al., 2021). Selain itu, perubahan lingkungan dan urbanisasi memperburuk penyebaran penyakit yang ditularkan oleh vektor seperti demam berdarah, menuntut pemahaman lebih dalam tentang ekologi vektor (Tabachnick, 1998).

Selain itu Pandemi COVID-19 turut mengungkap kekurangan sistemik dalam sistem kesehatan global, terutama dalam aspek manajemen darurat dan pertukaran data (Zhang et al., 2023). Meski demikian, kemajuan teknologi dan analisis data dinilai berpotensi meningkatkan kemampuan prediksi dan penanggulangan wabah di masa depan. **COVID-19** masih menjadi penyakit menular utama dengan penambahan kasus signifikan di beberapa negara seperti Rusia, Inggris, dan Polandia, dengan total penambahan kasus mencapai 12.837 dan 616 kematian pada minggu epidemiologi ke-6 tahun 2025. Varian baru seperti XEC yang lebih menular juga terdeteksi, sehingga risiko lonjakan kasus tetap ada (Kemenkes RI, 2023).

Kesadaran publik memegang peranan penting dalam pencegahan penyakit menular

karena mendorong individu dan masyarakat untuk mengadopsi perilaku sehat serta membuat keputusan yang tepat. Pendidikan kesehatan, seperti konseling, terbukti meningkatkan kesadaran remaja tentang pencegahan penyakit dari 60% menjadi 90% (Eni Efanti et al., 2024).

sementara kampanye melalui media sosial efektif dalam menyebarkan informasi penting terkait HIV dan COVID-19 (Cabada García et al., 2021). Namun, informasi keliru dan hambatan budaya tetap menjadi tantangan yang harus diatasi dengan keterlibatan aktif masyarakat (Ibrahim Mohammed Nasser Khubrani et al., 2025). Selain itu, praktik kebersihan sederhana seperti mencuci tangan dapat secara signifikan menekan penyebaran penyakit, sebagaimana dibuktikan dalam upaya pencegahan penyakit tangan-kaki-mulut (Souza 2023).

Meskipun kesadaran publik sangat penting, efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh faktor sistemik seperti akses terhadap layanan kesehatan dan kondisi sosial ekonomi, sehingga diperlukan pendekatan pencegahan yang lebih komprehensif.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi tentang penyakit menular yang terjadi dikalangan masyarakat, penyakit menular merupakan suatu penyakit yang disebabkan oleh virus, bakteri yang penyebarannya sangat cepat terjadi dari satu individu ke individu lain, atau bisa melalui faktor lingkungan. Dampak dari penyakit menular sangat dapat mempengaruhi kesehatan individu yang menimbulkan beban ekonomi,waktu,dan tenaga.

TINJAUAN PUSTAKA

Penyakit Menular

Penyakit menular merupakan kondisi yang disebabkan oleh mikroorganisme patogen seperti bakteri, virus, jamur, dan parasit, dengan kemampuan untuk menyebar dari satu inang ke inang lain melalui kontak langsung, permukaan terkontaminasi, atau vektor seperti serangga, Dampaknya sangat besar secara global, misalnya tercatat 9,2 juta kematian akibat penyakit ini pada tahun 2013 (Prabhu, 2023).

Penyebab dan penularannya beragam, mulai dari kontak langsung hingga vektor seperti nyamuk, serta termasuk penyakit zoonosis yang berpindah dari hewan ke manusia, Tantangan utama dalam pengendalian penyakit menular meliputi dampak besar di negara berpenghasilan rendah, resistensi antibiotik, dan mobilitas global yang mempercepat penyebaran (Kadiyala et al., 2025).

Iklan Layanan Kesehatan

Periklanan kesehatan kini menjadi strategi penting dalam mempengaruhi pilihan pasien di pasar yang kompetitif, dengan pergeseran dari metode tradisional ke pendekatan digital yang lebih berpusat pada konsumen. Iklan yang efektif terbukti meningkatkan keterlibatan pasien dan pangsa pasar institusi kesehatan (Coşa et al., 2022). Di sisi lain, strategi iklan yang informatif dan persuasif memengaruhi kualitas dan harga layanan, dengan platform digital memperkuat interaksi dan penargetan demografi muda, yang turut membentuk posisi merek dalam sektor kesehatan (Dutta 2023).

Kesadaran Masyarakat

Peran Iklan layanan masyarakat (ILM) adalah salah satu media komunikasi yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi terkait masalah sosial, termasuk sanitasi. ILM dirancang untuk mengedukasi audiens mengenai isu-isu sosial, dengan tujuan akhir untuk mempengaruhi perubahan perilaku (Nwokeocha, 2023). Menurut penelitian oleh Venkat & Janakiram (2021), penggunaan media massa seperti ILM dapat meningkatkan kesadaran. Iklan pengabdian kepada masyarakat, atau ILM seperti yang biasa dikenal, adalah program pemerintah yang diterbitkan dan dilaksanakan dengan tujuan mengundang, mempengaruhi, dan mendukung inisiatif pemerintah yang bertujuan untuk menghentikan penyebaran penyakit menular. Pengumuman pelayanan publik dimaksudkan untuk berfungsi sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat umum yang menggabungkan nilai-nilai sosial (Marwan, 2022). Media sosial disebut sebagai "jembatan dan jendela" sekaligus "musuh paling nyata" yang terus mendampingi Masyarakat. Kemudahan akses informasi membuat mereka rentan salah memahami topik sensitif seperti seks, yang sering dianggap sebagai sesuatu yang menyenangkan dan sebagai bukti cinta. Ini bisa memicu perilaku amoral, seperti seks bebas, narkoba, aborsi, hingga tertular penyakit menular seperti HIV/AIDS, Malaria.

Peran iklan layanan masyarakat dalam memberikan informasi sosial dan kesehatan. Iklan tersebut berfungsi sebagai alat persuasi, menggunakan tanda verbal dan visual untuk

mempengaruhi persepsi masyarakat agar lebih peduli terhadap HIV/AIDS dan penyalurnya (ODHA).

Strategi Efektivitas Iklan Kesehatan

Strategi efektivitas iklan kesehatan sangat penting dalam mempromosikan layanan dan produk, terutama di era digital, di mana iklan online terbukti paling efisien dalam biaya dan jangkauan audiens (Golvin Peter, 2024). Efektivitas meningkat saat iklan relevan dengan kebutuhan kesehatan audiens, seperti penggunaan pesan berorientasi keluarga untuk manula (Liang, 2023). Personalisasi berdasarkan gaya hidup, demografi, dan perbedaan gender juga memperkuat keterlibatan audiens (Yang et al., 2023). Meski strategi ini menjanjikan, tantangan etis dan regulasi tetap perlu diperhatikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menganalisis secara mendalam tentang strategi efektivitas Iklan Layanan Kesehatan Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Penyakit Menular, Data yang digunakan bersifat sekunder, meliputi artikel jurnal ilmiah, buku, laporan resmi Iklan layanan kesehatan, serta berita dari media massa. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi literatur melalui database seperti Google Scholar, JSTOR, dan ProQuest menggunakan kata kunci terkait, kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, kualitas, dan kebaruan (5 tahun terakhir). Data

dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) dengan langkah-langkah berupa reduksi data, kategorisasi tematik (misalnya, Strategi Efektivitas, Penyakit Menular, Peran ILKM), serta penarikan kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai literatur dan meminta review dari pakar terkait. Studi ini diharapkan memberikan pemahaman mendalam tentang Strategi Efektivitas Iklan Layanan Kesehatan Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Penyakit Menular serta memberikan rekomendasi teoretis untuk memperkuat kesadaran masyarakat dalam konteks tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyakit menular memiliki dampak besar terhadap kesehatan masyarakat, dengan persepsi dan respons yang bervariasi di berbagai wilayah. Masyarakat umumnya memahami penyakit umum seperti tuberkulosis dan hepatitis, namun masih ada kekurangan informasi tentang infeksi seperti HIV dan RSV (Speier, n.d 2021). di mana persepsi dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan tingkat pendidikan (Sahoo et al., 2014).

Penyakit seperti infeksi saluran pernapasan atas dan bronkitis sering menjadi yang paling umum di berbagai masyarakat (Sahoo et al., 2023). Faktor lingkungan, seperti perubahan iklim dan pola musiman yang tidak menentu, turut memengaruhi penyebaran penyakit, menunjukkan pentingnya sanitasi dan edukasi tentang penggunaan antibiotik (Sahoo et al., 2023). Selain keterlibatan masyarakat, perbaikan sistem

kesehatan juga dianggap krusial untuk manajemen dan pencegahan penyakit yang lebih efektif (Jirovsky Platter et al., 2023).

Penyakit menular kini menyebar lebih cepat akibat globalisasi, peningkatan perjalanan internasional, dan melemahnya infrastruktur kesehatan, dengan WHO mencatat kemunculan satu penyakit baru tiap tahun dan menyerukan kerja sama global untuk mengatasi ancaman ini (Tonti, 2023). Perjalanan udara yang melibatkan lebih dari dua miliar penumpang per tahun mempercepat penyebaran patogen lintas negara, terutama infeksi pernapasan seperti influenza (Nelson Tanjung et al., 2023).

Populasi rentan di negara berkembang, yang menghadapi kepadatan, sanitasi buruk, dan akses terbatas ke layanan kesehatan, lebih berisiko (Nelson 1989). Selain itu, resistensi antimikroba akibat penyalahgunaan obat memperumit pengendalian infeksi. Lemahnya sistem kesehatan menuntut penguatan infrastruktur dan pengawasan (Sharif, 2023).

Sementara kelemahan dalam kerangka hukum seperti International Health Regulations (IHR) yang terungkap selama pandemi COVID-19 menunjukkan perlunya reformasi tata kelola kesehatan global (Villarreal, 2023). Tantangan ini menegaskan pentingnya kolaborasi internasional, deteksi dini, respons cepat, serta pemerataan akses layanan kesehatan untuk manajemen epidemi yang efektif.

Penyakit menular menyebar dengan cepat dalam masyarakat global modern. Oleh karena itu, untuk mengurangi efek ini, diagnosis dan pengobatan yang tepat sangat penting. Diperlukan

alat yang efektif yang dapat membantu masyarakat dalam mengelola penyakit menular (Ummah, 2019).

Namun, pada kenyataannya, sejumlah hambatan sering menghalangi orang untuk memiliki akses ke perawatan kesehatan yang berkualitas. Jarak yang jauh dari rumah sakit menyulitkan banyak orang untuk menerima perawatan kesehatan yang berkualitas, dan infrastruktur yang tidak memadai sering muncul dalam akses ke layanan kesehatan, terutama sumber daya medis yang terbatas (Peters et al., 2021).

Kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang isu-isu kesehatan, gejala penyakit, serta pentingnya tindakan pencegahan (seperti imunisasi, skrining, dan pemeriksaan rutin) merupakan salah satu faktor utama yang menghalangi individu untuk mencari perawatan tepat waktu. Hal ini dapat menyebabkan keterlambatan diagnosis dan pengobatan, serta meningkatkan beban penyakit yang sebenarnya bisa dicegah (Nutbeam, 2024).

Strategi periklanan yang efektif sangat penting untuk meningkatkan dampak pesan kesehatan dengan mempengaruhi perilaku konsumen dan hasil kesehatan masyarakat. Penargetan dan penyesuaian pesan, seperti menyesuaikan pesan untuk kelompok tertentu berdasarkan gaya hidup atau faktor demografis (Elrod, 2020), serta penyesuaian individu berdasarkan preferensi dan kepribadian, dapat meningkatkan relevansi dan dampak pesan tersebut.

Media massa, termasuk iklan layanan kesehatan di televisi dan iklan online yang memanfaatkan platform untuk menguji efektivitasnya, juga dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas iklan (Fortenberry 2020). Meskipun strategi ini terbukti efektif, tantangan seperti distorsi pesan atau efek kontraproduktif harus diperhatikan, dan pengujian serta adaptasi berkelanjutan sangat penting untuk memastikan pesan kesehatan mencapai dampak yang diinginkan (Catlin 2021).

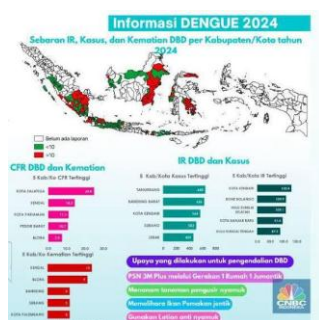
Tabel 1. Data Penyakit Menular Di Kalangan Masyarakat

Kode	Penyakit	Gejala
PM 01	Influenza	Batuk kering, sakit kepala, demam
PM 02	Malaria	Menggigil, Anemia, Mual
PM 03	Tifus	Demam tinggi, sakit kepala, nyeri otot
PM 04	Demam berdarah dengue	Menggigil, Suhu tubuh diatas 38°C
PM 05	HIV	Sariawan, kelelahan, ruam, sakit kepala, kelenjar getah bening
PM 06	Tuberkolosis	Batuk berdahak, Sesak nafas
PM 07	Pneumonia	Demam, batuk, nafsu makan menurun
PM 08	Scabies	Ruam merah diseluruh badan, muncul rasa gatal
PM 09	Covid-19	Kehilangan indra penciuman, diare, sakit tenggorokan, sesak nafas
PM 10	Rubella	Ruam merah

Sumber: Google Scholar

Data Penyakit menular yang berisi 10 penyakit menular beserta kode, nama penyakit, dan gejala utama yang sering muncul dikalangan masyarakat

Tabel ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai berbagai penyakit menular dan gejala awal yang perlu diwaspadai.



Sumber: Kementerian Kesehatan
Gambar 1. Kasus DBD

Dari Infografik "Informasi DENGUE 2024" menampilkan sebaran kasus, angka kematian, dan tingkat insidensi (IR). Demam Berdarah Dengue (DBD) di Indonesia berdasarkan data kabupaten/kota, Peta menunjukkan wilayah terdampak dengan warna berbeda, sementara grafik menyoroti 5 daerah dengan CFR (Case Fatality Rate), jumlah kasus, dan kematian tertinggi, seperti Kota Salatiga, Bandung, dan Tangerang. Untuk menekan penyebaran DBD, dianjurkan langkah pencegahan seperti PSN 3M Plus (Gerakan 1 Rumah 1 Jumantik), menanam tanaman pengusir nyamuk, memelihara ikan pemakan jentik, dan menggunakan lotion anti nyamuk.

Kesadaran masyarakat menjadi faktor penting dalam pencegahan penyakit menular

Kesadaran publik memegang peran penting dalam pencegahan penyakit menular dengan memberdayakan individu dan komunitas untuk mengadopsi perilaku sehat melalui informasi yang akurat dan tepat waktu (Souza 2023). Pendidikan kesehatan berperan dalam meningkatkan sikap masyarakat terhadap pencegahan penyakit, terbukti dengan perubahan perilaku positif setelah intervensi edukasi (Eni Efanti et al., 2024). Selain itu, kampanye kesehatan masyarakat, termasuk di media sosial, efektif dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan literasi kesehatan untuk penyakit seperti HIV, TBC, dan COVID-19 ("Social Media Campaign as a Tool for Patient Education of Disease Prevention and Health Promotion", 2022).

Meski demikian, tantangan seperti informasi yang salah dan hambatan budaya perlu diatasi dengan strategi yang inklusif dan berbasis bukti (Ibrahim Khubrani et al., 2025), terlebih di wilayah pedesaan negara berkembang yang menghadapi keterbatasan sumber daya dan tingkat literasi rendah, sehingga memerlukan pendekatan yang disesuaikan dan berbasis keterlibatan masyarakat (Mphande, 2016).

Tantangan yang dihadapi dalam membuat iklan layanan kesehatan yang efektif

Iklan layanan kesehatan berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penyakit menular dengan menyebarkan informasi yang mendorong perubahan perilaku

kesehatan, terutama di masa krisis seperti pandemi COVID-19. Public Service Announcement (PSA) terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang risiko kesehatan dan langkah pencegahan di berbagai wilayah seperti Kanpur dan Pakistan, serta membentuk persepsi publik dan mendorong tindakan kehati-hatian (Elareshi et al., 2024).

Selain itu, iklan TV dan radio telah menunjukkan efektivitasnya dalam mendorong perubahan perilaku protektif yang berkontribusi pada penurunan puncak infeksi penyakit menular (Misra 2019). Meski demikian, efektivitas iklan ini menghadapi tantangan seperti persaingan dengan iklan komersial, konsumsi media yang pasif, serta risiko penyebaran informasi salah yang menurunkan kepercayaan publik, sehingga diperlukan strategi inovatif dan evaluasi berkelanjutan untuk menjaga efektivitas pesan kesehatan (Sharma 2021).

Membuat iklan perawatan kesehatan yang efektif menghadapi tantangan terkait identifikasi audiens, tujuan komunikasi yang jelas, kualitas, dan kepercayaan, serta masalah regulasi. Kampanye yang tidak menargetkan audiens dengan tepat seringkali gagal mencapai dampak yang diinginkan karena tidak sesuai dengan faktor demografis dan psikografis audiens (Atkin, 2001). Selain itu, iklan tanpa tujuan yang jelas akan kesulitan mengarahkan konsumen dari kesadaran ke tindakan yang spesifik, yang dapat mengurangi keterlibatan (Costello, 1989).

Dalam hal kualitas dan kepercayaan, konsumen kini semakin mempertimbangkan kualitas perawatan selain biaya, sehingga iklan

harus mampu mengkomunikasikan hal tersebut secara efektif, termasuk membangun kepercayaan melalui hubungan dokter-pasien (Goldstein 1989). Perkembangan iklan kesehatan online juga menimbulkan risiko informasi yang menyesatkan, memerlukan regulasi yang lebih ketat untuk melindungi konsumen (Masoni 2011). Meskipun tantangan ini besar, mereka juga membuka peluang untuk menciptakan strategi iklan inovatif yang dapat meningkatkan efektivitas, kepercayaan, dan keterlibatan konsumen.

Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan

Efektivitas iklan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti jenis daya tarik, penggunaan selebriti, media penyampaian, serta konteks penayangan iklan. Pemahaman terhadap elemen-elemen ini dapat meningkatkan strategi dan hasil kampanye iklan. Iklan TV yang dapat dipersonalisasi juga terbukti meningkatkan keterlibatan dan daya ingat pemirsa (Gumilevskaya et al., 2023).

Sikap terhadap iklan di media sosial dipengaruhi oleh orisinalitas, kredibilitas, dan iritasi pengguna, yang berdampak pada niat pembelian (“Social Media Advertising Effectiveness,” 2022). Meskipun faktor-faktor ini meningkatkan efektivitas iklan, eksposur iklan yang berlebihan dapat menimbulkan kejenuhan konsumen, sehingga menurunkan efektivitas kampanye. Oleh karena itu, diperlukan strategi periklanan yang seimbang.

Pesan

Pembingkaian pesan dan daya tarik emosional dalam iklan layanan kesehatan telah berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penyakit menular selama lima tahun terakhir. Strategi ini telah digunakan untuk secara efektif mengkomunikasikan risiko dan tindakan pencegahan yang terkait dengan penyakit menular, sehingga mempengaruhi persepsi dan perilaku publik. Penggunaan bingkai media dan daya tarik emosional dalam iklan layanan publik telah terbukti melibatkan audiens dan meningkatkan efektivitas kampanye komunikasi kesehatan. Di bawah ini adalah wawasan utama dari makalah penelitian yang disediakan.

Pendidikan Kesehatan dan Perubahan Perilaku

- Intervensi pendidikan kesehatan telah menunjukkan dampak nyata pada peningkatan kesadaran publik dan perubahan perilaku yang terkait dengan pencegahan penyakit menular. Studi kasus menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam perilaku pencegahan setelah program pendidikan (Eni Efanti et al., 2024).
 - Efektivitas intervensi ini menggarisbawahi pentingnya menggabungkan informasi ilmiah dengan strategi komunikasi yang menarik untuk meningkatkan pemahaman dan tindakan publik (Eni Efanti et al., 2024).
- Sementara pembingkaian pesan dan daya tarik emosional telah terbukti efektif,

penting untuk mempertimbangkan potensi kelelahan pesan atau desensitisasi di kalangan publik. Paparan terus-menerus terhadap pesan kesehatan serupa dapat menyebabkan berkurangnya perhatian dan keterlibatan dari waktu ke waktu, yang memerlukan pendekatan inovatif untuk mempertahankan minat dan kesadaran publik.

Hindari penggunaan sub judul di bagian hasil dan pembahasan. Seluruh paparan hasil dan pembahasan di dalam artikel ditulis dalam bentuk esai, sehingga tidak ada format numerik atau abjad yang memisahkan antara bab/ bagian, atau untuk menandai bab/ bagian baru.

SIMPULAN

Jurnal Penelitian ini menunjukkan bahwa iklan layanan kesehatan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penyakit menular. Kesadaran publik merupakan faktor kunci dalam pencegahan penyakit, mendorong individu untuk mengadopsi perilaku sehat. Melalui strategi komunikasi yang efektif, termasuk pendidikan kesehatan dan kampanye media sosial, kesadaran masyarakat dapat ditingkatkan secara signifikan. Namun, tantangan seperti informasi yang keliru dan keterbatasan akses ke layanan kesehatan masih perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang komprehensif dan inovatif untuk meningkatkan efektivitas iklan dan memastikan pesan kesehatan dapat mencapai audiens yang tepat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk

memperkuat upaya pencegahan penyakit menular di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Online

- Aprilia, S., Agustin, R., Marthalena, M., Pranatawijaya, V. H., & Priskila, R. (2024). Sistem Pakar Rekomendasi Obat Berdasarkan Gejala Penyakit Menular Umum Di Masyarakat Menggunakan Metode Forward Chaining. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(2). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i2.4258>
- Atkin, C. (2001). Promising Strategies for Media Health Campaigns. In *Mass Media and Drug Prevention* (pp. 35–64). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781410603845-3>
- Blazes, D. L., & Lewis, S. (2014). Infectious Disease Surveillance and Global Security. In *Concepts and Methods in Infectious Disease Surveillance* (pp. 189–199). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118928646.ch17>
- Cabada García, M. J., Quezada Ramírez, S. I., Negrete Gómez, G. A., Villarreal Serrano, E., Colín García, D. L., Villar Cantón, C., Baca Luna, A., Díaz Villanueva, P. D., & Segura-Azuara, N. de los Á. (2021). *Social Media Campaign as a Tool for Patient Education of Disease Prevention and Health Promotion* (pp. 183–208). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8783-6.ch010>
- Coşa, O. Ştefania, Radu, F., Pehoiu, D., Tăbîrcă, A. I., & Radu, V. (2022). The impact of healthcare advertising on consumers regarding the choice of private hospitals in Dubai. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 13(2), 132–149. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2022-0020>
- Costello, M. (1989). What Is “Effective” Hospital Advertising? *Journal of Hospital Marketing*, 3(1), 1–8. https://doi.org/10.1300/J043v03n01_01
- Dutta, J., & Bhattacharya, M. (2023). EFFECT OF HEALTHCARE BRAND ADVERTISING: A STUDY ON MILLENNIUM. *International Journal of Scientific Research in Modern Science and Technology*, 2(8), 32–37. <https://doi.org/10.59828/ijrmst.v2i8.133>
- Elareshi, M., Habes, M., Ali, S., & Waheeb Attar, R. (2024). Public engagement through public service advertisements for health care awareness during early COVID-19 in Pakistan. *Frontiers in Communication*, 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1376717>
- Elrod, J. K., & Fortenberry, J. L. (2020). Advertising in health and medicine: using mass media to communicate with patients. *BMC Health Services Research*, 20(S1), 818. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05599-3>
- Eni Efanti, Yunita Kristina, Fauziah Botutihe, Ari Pebru Nurlaily, & Putri Erlyn. (2024). Case Study of the Role of Health Education in Raising Public Awareness of the Importance of Preventing Infectious Diseases. *Miracle Get Journal*, 1(4), 1–6. <https://doi.org/10.69855/mgj.v1i4.67>
- Godoy, G. de, Cherubim, G. M. B., & Souza, C. S. S. B. (2023). Importance of public awareness of hand hygiene and the spread of hand-foot-mouth disease. In *GLOBAL HEALTH TRENDS AND PERSPECTIVES IN HEALTH SCIENCES*. Seven Editora. <https://doi.org/10.56238/globalhealthprespec-038>
- Golvin Peter, R. P. (2024). Determining the Most Effective Marketing Strategies for Health Insurance Products: An AHP Approach. *Journal of Informatics Education and Research*, 4(3). <https://doi.org/10.52783/jier.v4i3.1790>
- Gumilevskaya, S., Devlin, J., Richardson, D., Diab, H., Liu, Z., & Casey-Miller, P. (2023). Addressable TV Advertising Enhances Advertising Effectiveness. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 14(2(28)), 386–411. <https://doi.org/10.15388/omee.2023.14.98>
- Halloran, M. E., & Longini, I. M. (2014). Emerging, evolving, and established infectious diseases and interventions. *Science*, 345(6202), 1292–1294. <https://doi.org/10.1126/science.1254166>
- Ibrahim Mohammed Nasser Khubrani, Sultan Abdullah Mohammed Alshehri, Khalid Ali Ahmed Mathwi, Ahmed Ali Mofareh Algharamah, Teef Salem Al-Anzi, Mohammed Hassan Asiri, & Thamer Mohammed Hamoud Halawani. (2025). The Role of Public Health Awareness in Disease Prevention: A Critical Analysis. *The Bioscan*, 20(1), 204–208. <https://doi.org/10.63001/tbs.2025.v20.i01.pp204-208>
- Jirovsky-Platter, E., Grohma, P., Naher, N., Rodyna, R., Nabirye, C., Dückers, M., Ahmed, S. M., Osborne, J., Kaawa-Mafigiri, D., Giles-Vernick, T., & Kutalek, R. (2023). Community engagement to tackle infectious threats: A viewpoint based on a social science mapping process in Bangladesh, Uganda, and Ukraine. *Journal of Global Health*, 13, 03025. <https://doi.org/10.7189/jogh.13.03025>
- Kadiyala, K. G., Goutham, K., Katari, N. K., & Vanipenta, Y. (2025). Vaccines, Diagnosis, and Treatment of Infectious Diseases. In *Sustainable Nanomaterials for Treatment and Diagnosis of Infectious Diseases* (pp. 113–138). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781394200559.ch5>

- Kemenkes RI. (2023). Perkembangan situasi penyakit infeksi emerging minggu epidemiologi ke-39 Tahun 2022. *Infeksi Emerging Kemkes*, 1–3. <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/dashboard/covid-19>
- Khan, D. S. A., Naseem, R., Salam, R. A., Lassi, Z. S., Das, J. K., & Bhutta, Z. A. (2022). Interventions for High-Burden Infectious Diseases in Children and Adolescents: A Meta-analysis. *Pediatrics*, 149(Supplement 6). <https://doi.org/10.1542/peds.2021-053852C>
- Li, Y.-C., & Chen, C. C. (2015). *Effective Healthcare Advertising Using Latent Dirichlet Allocation and Inference Engine* (pp. 672–677). https://doi.org/10.1007/978-3-319-16354-3_74
- Liang, Y. (2023). Strategy Analysis of Health Care Products Advertising for the Aged: Optimization Suggestions Based on Appeal Presentation and Advertising Elements. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 58(1), 65–71. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/58/20230825>
- Marwan, M. R. (2022). Kesehatan Mental Remaja Terkait Resiko Penularan Hiv-Aids (Analisis Semiotika Pada Iklan Layanan Masyarakat). *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(3), 28–36.
- Masoni, M., Guelfi, M. R., & Gensini, G. F. (2011). Online healthcare advertising needs regulation. *BMJ*, 342(mar03 1), c5778–c5778. <https://doi.org/10.1136/bmj.c5778>
- Mehtani, N. J., Puryear, S., Pham, P., Dooley, K. E., & Shah, M. (2021). Infectious Diseases Learning Unit: Understanding Advances in the Treatment of Latent Tuberculosis Infection Among People With Human Immunodeficiency Virus. *Open Forum Infectious Diseases*, 8(8). <https://doi.org/10.1093/ofid/ofab319>
- Misra, A. K., & Rai, R. K. (2019). Impacts of TV and radio advertisements on the dynamics of an infectious disease: A modeling study. *Mathematical Methods in the Applied Sciences*, 42(4), 1262–1282. <https://doi.org/10.1002/mma.5438>
- Mphande, F. A. (2016). Disease Awareness and Prevention. In *Infectious Diseases and Rural Livelihood in Developing Countries* (pp. 129–145). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0428-5_8
- Nelson, C. W., & Goldstein, A. S. (1989). Health care quality: The new marketing challenge. *Health Care Management Review*, 14(2), 87–95. <https://doi.org/10.1097/00004010-198901420-00011>
- Nelson Tanjung, Restu Auliani, Mustar Rusli, Ice Ratnalela Siregar, & Taher, M. (2023). Peran Kesehatan Lingkungan dalam Pencegahan Penyakit Menular pada Remaja di Jakarta: Integrasi Ilmu Lingkungan, Epidemiologi, dan Kebijakan Kesehatan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(09), 790–798. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i09.629>
- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health Promotion International*, 15(3), 259–267. <https://doi.org/10.1093/heapro/15.3.259>
- Pechmann, C., & Catlin, J. R. (2016). The effects of advertising and other marketing communications on health-related consumer behaviors. *Current Opinion in Psychology*, 10, 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.12.008>
- Peters, D. H., Garg, A., Bloom, G., Walker, D. G., Brieger, W. R., & Hafizur Rahman, M. (2008). Poverty and Access to Health Care in Developing Countries. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1136(1), 161–171. <https://doi.org/10.1196/annals.1425.011>
- Prabhu, S. R. (2023). Infectious and Communicable Diseases: An Overview. In *Textbook of General Pathology for Dental Students* (pp. 63–72). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-31244-1_9
- Rini, T., & Lestari, P. (2019). Penanggulangan Penyakit Menular Di Puskesmas: Studi Kasus Di Kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Kajian*, Vol. 22 No, 317–328. <http://sp.beritasatu.com/home/kabupaten-belu>
- Sahoo, K. C., Tamhankar, A. J., Johansson, E., & Stålsby Lundborg, C. (2014). Community perceptions of infectious diseases, antibiotic use and antibiotic resistance in context of environmental changes: a study in Odisha, India. *Health Expectations*, 17(5), 651–663. <https://doi.org/10.1111/j.1369-7625.2012.00789.x>
- Salkeld, D., Hopkins, S., & Hayman, D. (2023). Infectious disease control. In *Emerging Zoonotic and Wildlife Pathogens* (pp. 291–324). Oxford University Press Oxford. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198825920.003.0014>
- Sharif, S. (2023). Epidemics In The 21st Century: A Multifaceted Challenge. *Journal of Rawalpindi Medical College*, 27(4). <https://doi.org/10.37939/jrmc.v27i4.2481>
- Sharma, N., & Sharma, T. (2021). Promoting Health Education through Social Advertising and Technology for Health Awareness Management. *2021 9th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/CITSM52892.2021.9588912>

- Social Media Advertising Effectiveness. (2022). *International Journal of Technology and Human Interaction*, 18(1), 0–0. <https://doi.org/10.4018/IJTHI.300286>
- Speier, T. L. (2001). Community Well Being and Infectious Diseases Among Alaska Native Communities in the Chugach Region. *International Journal of Circumpolar Health*, 60(4), 659–675. <https://doi.org/10.1080/25761900.2022.12220646>
- Straume, O. R. (2014). Advertising Health Care: Causes and Consequences. In *Encyclopedia of Health Economics* (pp. 51–55). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375678-7.01309-2>
- Tabachnick, W. J. (1998). *14 Arthropod-Borne Pathogens: Issues For Understanding Emerging Infectious Diseases* (pp. 411–429). [https://doi.org/10.1016/S1874-5326\(07\)80038-X](https://doi.org/10.1016/S1874-5326(07)80038-X)
- Tait, M., Pando, C., McGuire, C., Perez- Sanz, S., Baum, L., Fowler, E., & Gollust, S. (2023). Picturing the populations who could benefit from health insurance access expansions: An analysis of US health insurance television ads airing in 2018. *World Medical & Health Policy*, 15(4), 336–355. <https://doi.org/10.1002/wmh3.549>
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Villarreal, P. A., & Tonti, L. (2023). Infectious Disease. In *Global Health Law & Policy* (pp. 147–174). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/law/9780197687710.003.0007>
- Yang, C., Kim, G., & Jeong, Y. (2023). Exploring strategies to promote health services online: The role of contextual priming, digital ad type, and health threat orientation in determining the effectiveness of health service ads. *Health Marketing Quarterly*, 40(1), 39–58. <https://doi.org/10.1080/07359683.2021.1997511>
- Zhang, X.-X., Jin, Y.-Z., Lu, Y.-H., Huang, L.-L., Wu, C.-X., Lv, S., Chen, Z., Xiang, H., & Zhou, X.-N. (2023). Infectious disease control: from health security strengthening to health systems improvement at global level. *Global Health Research and Policy*, 8(1), 38. <https://doi.org/10.1186/s41256-023-00319-w>

Artikel dari website tanpa nama penulis

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240318105938-128-522803/awas-ancaman-dbd-intai-ri-kasus-kematian-tembus-ratusan-jiwa.html>