

Komunitas Daring Literasi Kesehatan Indonesia (LEKSIA) sebagai Sarana Tular Nalar di Masa Pandemi COVID-19

Violita Siska Mutiara^{1*}, Dwi Putri Sulistiya Ningsih², Mika Oktarina³, Ida Rahmawati⁴

¹Program Studi Kebidanan STIKES Tri Mandiri Sakti, Jl. Hibrida Raya No.3 Bengkulu 38229, Indonesia

²Program Studi Kesehatan Masyarakat STIKES Tri Mandiri Sakti, Jl. Hibrida Raya No.3 Bengkulu 38229, Indonesia

³Program Studi Ners STIKES Tri Mandiri Sakti, Jl. Hibrida Raya No.3 Bengkulu 38229, Indonesia

Email: violitasiskamutiara@gmail.com ^{1*}; dwiputri238@gmail.com ²; mikaoktarina165@gmail.com ³;

idarahmawati1608@gmail.com ⁴

(0811736000)

*Corresponding author

Abstract

The industrial revolution 4.0 and the COVID-19 pandemic forced humans to make changes and adapt to new habits. The tsunami of health information resulted in a lot of information and hoaks news being spread on social media, while Indonesia's literacy index was still far behind. This study aims to analyze effective communication using the Indonesian Health Literacy Online Community (Lexia) social media to disseminate health information in the community. The research method uses an evaluation approach with an audit approach to social media communication and instant messaging applications as a medium of reasoning to citizens. Every day, various pieces of information are shared from Monday to Saturday. In addition, there are also service activities, counseling, and competitions that are held outside of routine activities. Volunteer recruitment is carried out to provide opportunities for people from various professions who want to be part of the community. The result of the research is that the communication process of the Lexia community through social media such as Instagram and WhatsApp is in accordance with the rules of communication. Contents that are scheduled every day and clearly specified so that they are not mixed from one topic to another. Monitoring and evaluation have not been optimal. Contributions in the form of recommendations to the online community are expected to improve two-way communication to attract public trust and carry out periodic monitoring and evaluation of the shared content so as not to violate the ITE Law.

Keywords: Communication; Information Tsunami; Leksia; Online Community

Abstrak

Revolusi industri 4.0 dan pandemi COVID-19 memaksa manusia untuk melakukan perubahan dan adaptasi kebiasaan baru. Tsunami informasi kesehatan mengakibatkan banyaknya informasi dan berita-berita hoaks yang tersebar di media sosial, sedangkan indeks literasi Indonesia masih jauh tertinggal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi efektif menggunakan media sosial Komunitas Daring Literasi Kesehatan Indonesia (Leksia) terhadap penyebaran informasi kesehatan di masyarakat. Metode penelitian menggunakan riset evaluasi dengan pendekatan audit komunikasi media sosial dan aplikasi pesan instan sebagai media tular nalar kepada warganet. Setiap harinya berbagai informasi dibagikan mulai dari hari senin sampai sabtu. Selain itu terdapat juga kegiatan pengabdian, penyuluhan dan perlombaan yang diadakan diluar dari kegiatan rutin. Rekrutmen relawan dilakukan untuk memberikan kesempatan bagi masyarakat dari berbagai profesi yang ingin menjadi bagian dari komunitas. Hasil penelitian adalah proses komunikasi komunitas Leksia melalui media sosial instagram dan whatsapp sudah sesuai dengan kaidah-kaidah komunikasi. Konten-konten yang sudah terjadwal setiap hari dan dispesifikasi dengan jelas sehingga tidak tercampur antara satu topik dengan topik yang lainnya. Monitoring dan evaluasi belum optimal. Kontribusi berupa rekomendasi kepada komunitas online diharapkan meningkatkan komunikasi dua arah untuk menarik kepercayaan publik dan melakukan monitoring dan evaluasi secara periodik terhadap konten-konten yang dibagikan agar tidak melanggar UU ITEGIS dan komunikasi yang masih luput dari perhatian akademisi komunikasi di Indonesia, namun bisa dikembangkan di masa mendatang agar peluang untuk menjadikan kajian komunikasi dan GIS untuk lebih inklusif bisa dicapai.

Kata kunci : Komunitas Daring; Leksia; Literasi Kesehatan; Tsunami Informasi

Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 dan pandemi COVID-19 memaksa manusia untuk melakukan perubahan dan adaptasi kebiasaan baru. Tidak hanya komputer, namun kekuatan internet menjadi tanda bahwa era digitalisasi telah masuk ke masyarakat. Teknologi melalui *internet of things*, *artificial intelligence*, dan *big data analysis* memiliki kemampuan untuk mendorong mesin-mesin industri menganalisa dan mengambil keputusan dengan lebih cepat, tepat dan akurat. Salah satu dampak dari digitalisasi ini adalah terjadinya tsunami informasi kesehatan.

Pada bulan Maret-Mei tercatat tingginya angka hoaks COVID-19 dari total hoaks sepanjang tahun 2020 (20,1%, 15,4%, dan 14%). Bulan Maret menjadi angka tertinggi hoaks, karena pada saat itu kasus pertama COVID-19 diumumkan secara resmi di Indonesia. Penyebaran hoaks sangat mudah menjamur saat tingkat ketidakpastian informasi sangat tinggi. Penyebaran hoaks secara massif pada periode *uncertainty* yang tinggi berimplikasi pada ekosistem informasi COVID-19 yang buruk. Saat masyarakat sangat membutuhkan informasi, disisi lain komunikasi publik pemerintah belum maksimal, sehingga sembarang informasi dengan mudah menjadi rujukan (MAFINDO, 2020). Hal ini mengakibatkan banyaknya informasi dan berita hoaks yang menyebar di media sosial, sedangkan indeks literasi Indonesia masih jauh tertinggal. Bahkan dengan kemajuan teknologi, mengakibatkan masyarakat menuntut kemudahan untuk dapat mengakses informasi baik dari pusat maupun daerah. Banyaknya platform media yang berkembang mengakibatkan terjadinya penyebaran informasi dengan luas, jumlah besar dan waktu yang cepat. Berawal dari keprihatinan tersebut, dibentuklah Komunitas Daring Literasi Kesehatan Indonesia (Leksia).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) telah mencatat sejak 23 Januari 2020 - 01 Februari 2021 menemukan terdapat 1.402 kasus hoaks terkait informasi mengenai

COVID-19. Berita dan informasi yang berkaitan dengan vaksin COVID-19, hingga 1 Februari 2021 tercatat sebanyak 97 hoaks yang ditangani oleh Kemkominfo. Pada kasus hoaks COVID-19, sebanyak 104 hoaks telah diserahkan untuk diproses secara hukum. Kemkominfo telah melakukan pengawasan siber yang bekerja 24 jam selama tujuh hari dalam seminggu dalam melakukan patroli penyebaran hoaks. Bekerja sama dengan 28 kementerian atau lembaga yang bermitra yang memiliki kurang lebih 100 orang bertugas untuk menerima aduan masyarakat. Ini baru informasi hoaks yang berkaitan dengan Pandemi COVID-19 saja, diperkirakan terdapat ribuan hoaks lainnya yang tersebar di masyarakat yang berkaitan dengan informasi kesehatan (Kominfo, 2021).

Hoaks yang berkaitan dengan COVID-19 tidak hanya berisikan tentang kesehatan, namun mulai bergeser ke masalah politik bahkan dibungkus dengan isu keagamaan. Data yang diperoleh dari organisasi kemasyarakatan yaitu Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) menunjukkan hoaks COVID-19 dengan tema bencana kesehatan memiliki persentase tertinggi sebesar 232 hoaks (29,4%). Berita hoaks antara lain berisi tentang jumlah korban yang dibesarkan, kluster penularan penyakit, reaksi pihak tertentu terhadap pandemi COVID-19 dan lainnya. Posisi kedua terbanyak hoaks COVID-19 dimanfaatkan untuk tema politik dengan tujuan memunculkan sentimen politik di masyarakat dengan persentase 196 hoaks (24,9%). Posisi ketiga ditempati tema kesehatan atau nutrisi dengan persentase 163 hoaks (20,7%). Hoaks dengan tema nutrisi atau kesehatan memiliki pola dan konten yang khas, seperti meneglabui masyarakat untuk mengonsumsi obat-obatan atau suplemen nutrisi bahkan menjual produk kesehatan (MAFINDO, 2020).

Agar dapat memahami informasi terkait kesehatan, tentu diperlukan pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan, serta adanya aksesibilitas informasi kesehatan. Hal tersebut

menunjukkan bahwa kebutuhan informasi tidak hanya harus tersedia, tetapi dapat dibaca dan juga dipahami baik oleh individu maupun kelompok yang sangat bergantung pada tingkat literasi kesehatannya. Literasi kesehatan merupakan kemampuan untuk mencari, menilai, memahami dan menggunakan informasi kesehatan dan sumber daya sosial untuk membuat keputusan kesehatan. Kemampuan-kemampuan tersebut penting bagi masyarakat untuk menjaga kesehatan atau mengatur sendiri kondisi kesehatannya. Untuk memajukan literasi kesehatan dan perilaku kesehatan diperlukan tindakan strategis, misalnya dengan memastikan masyarakat dapat mengakses dan bertindak berdasarkan pengetahuan dan mengatasi hambatan apa pun, membangun dan menerapkan basis bukti dengan mengembangkan sistem pemantauan, evaluasi, mendokumentasikan dan menyebarluaskan literasi kesehatan (Dodson dkk, 2014).

Media sosial merupakan media *online* dengan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi sebuah dialog interaktif, digunakan oleh masyarakat untuk membantu interaksi sosial. Penggunaan media sosial tidak lepas dari beredarnya informasi hoaks. Hoaks adalah kegiatan merekayasa informasi untuk menutupi informasi sebenarnya, sebuah usaha mengubah fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi informasi kebenarannya. Penyebaran informasi hoaks sangat mudah sekali dilakukan, salah satunya disebabkan karena masyarakat Indonesia yang dinilai memiliki karakter belum terbiasa menyampaikan pendapat atau berdemokrasi secara sehat. Apalagi dipicu dengan suasana pandemi COVID-19, penyebaran informasi kesehatan hoaks dapat menimbulkan kepercayaan yang tidak benar bahkan kepanikan di tengah masyarakat (Cahyono, 2016).

Literasi kesehatan dianggap sebagai penentu sosial kesehatan yang dapat dimodifikasi, ditingkatkan atau diperkuat melalui intervensi (WHO, 2017). Model atau

pengukuran literasi kesehatan sering hanya berfokus pada keterampilan atau kemampuan individu dan mengabaikan sumber daya sosial yang penting untuk pengetahuan dan keterampilan kolektif individu atau masyarakat yang dapat mempromosikan model distribusi literasi kesehatan. Distribusi literasi kesehatan mendukung peserta untuk mengelola kesehatan mereka, menjadi lebih aktif dalam proses pengambilan keputusan perawatan kesehatan, berkomunikasi dengan profesional kesehatan dan harapan hidup jangka panjang. Literasi kesehatan didistribusikan melalui informasi keluarga, dan sosial, dan keterampilan dari orang lain yang lebih memahami informasi kesehatan. Komunitas maupun individu yang membagikan literasi kesehatan bertindak sebagai perantara dan mendukung orang lain untuk menjadi lebih sadar dengan kondisi kesehatan mereka (Edwards, M. Wood, F. Davies, M. Edwards, 2013).

Untuk memajukan literasi kesehatan dan perilaku kesehatan strategi, kebijakan diperlukan untuk menghasilkan tindakan yang mendukung pemberdayaan, misalnya dengan memastikan masyarakat dapat mengakses dan bertindak berdasarkan pengetahuan dan mengatasi hambatan apa pun. Merangkul teknologi informasi dan komunikasi dan membangun dan menerapkan basis bukti, misalnya dengan mengembangkan sistem untuk memantau, mengevaluasi, mendokumentasikan dan menyebarluaskan literasi kesehatan (WHO, 2017).

Komunitas kesehatan *online* adalah kelompok diskusi virtual yang berisi anggota yang berminat atas topik kesehatan yang sama. Teori proses kepercayaan menjadi bagian dari solusi permasalahan penilaian informasi dalam komunikasi kesehatan *online*. Teori proses kepercayaan menggambarkan tiga cara untuk memperoleh informasi yang kredibel, yaitu berorientasi informasi, kepercayaan dan strategi kepercayaan (Fan et al., 2014). Pengguna komunitas dukungan *online* tidak hanya saling mendukung tetapi juga

mempromosikan kesadaran sosial dan mencegah kebiasaan negatif. (Lobchuk et al., 2015) dalam penelitiannya memantau komunitas dukungan *online* untuk menemukan cara mengatasi, menyembuhkan, harapan, dorongan, anjuran, dukungan, menghubungkan, merekomendasikan, dan memanfaatkan kekuatan persuasi untuk mengatasi permasalahan kesehatan.

Berbagai penelitian menunjukkan jika seseorang berpartisipasi dalam komunitas kesehatan *online* akan mendapatkan manfaat psikologis positif, yaitu harga diri, efikasi diri, dan kontrol diri untuk mengatasi masalah kesehatan, meningkatkan kepuasan karena membantu orang lain, menambah kepercayaan ketika memeriksakan diri ke dokter, memudahkan saat menggunakan layanan kesehatan, dan meningkatkan kesejahteraan sosial serta kualitas hidup (Atanasova et al., 2017). *Prestise* suatu komunitas yang dirasakan para anggotanya dan kekhasan komunitas secara positif mempengaruhi identifikasi individu pada komunitas yang menyediakan dukungan *online*, dan nantinya akan memiliki efek positif. Dukungan sosial menghasilkan efek positif pada efikasi diri, harga diri dan kesejahteraan subjektif (Chiu et al., 2015).

Komunitas yang memberikan dukungan *online* kepada anggotanya, menyatukan orang-orang yang memiliki masalah dan kekhawatiran yang serupa. Forum ini memungkinkan *sharing* informasi, saran, dan kenyamanan yang cepat dan gratis. Anggota komunitas yang sangat membutuhkan dukungan sosial dan mengalami masalah yang berat namun kesulitan dalam mengungkapkan ekspresi emosional secara langsung, adalah yang dianggap paling tepat untuk mencari dukungan secara *online*, yang nantinya akan dapat meningkatkan niat para anggota komunitas daring lainnya untuk memberikan dukungan kepadanya (Li et al., 2019).

Literasi Kesehatan Indonesia (Leksia) merupakan komunitas daring kesehatan yang terdiri dari sekelompok relawan yang menyajikan

informasi, bacaan, kegiatan, pandangan gagasan dan pencerahan terhadap khalayak. Gerakan ini diharapkan dapat berdampak positif dan berfungsi dengan baik untuk meningkatkan literasi kesehatan Indonesia. Tujuan dari komunitas ini adalah untuk menumbuhkan kegemaran membaca, meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berbicara, menulis, serta menerapkan perilaku hidup sehat di lingkungan sekitarnya. Tujuan dari kegiatan yang dilakukan oleh komunitas daring literasi kesehatan Indonesia (Leksia) adalah untuk mengurangi dampak tsunami informasi kesehatan di masa pandemi COVID-19 pada masyarakat. Variasi dalam akses ke informasi kesehatan, layanan dan sumber daya menempatkan beban pada literasi kesehatan individu, dimana biaya tinggi, ketersediaan buruk, atau sistem rumit untuk dinavigasi, orang memerlukan sumber daya keuangan, pribadi dan sosial yang kuat untuk membuat dan bertindak berdasarkan pilihan kesehatan yang terinformasi. Dalam komunitas di mana informasi, layanan dan sumber daya lebih mudah diakses, kebutuhan literasi kesehatan masyarakat bisa lebih rendah.

Hasil studi menunjukkan, pengelola komunitas *online* harus mengembangkan strategi untuk meningkatkan kekhasan komunitas. Komunitas *online* dapat menawarkan ruang diskusi dan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan *prestise* komunitas tersebut. Bantuan dan dukungan yang tersedia dalam komunitas *online* sangat penting untuk keberlanjutan dan keberhasilan komunitas tersebut. Individu yang tergabung dalam komunitas akan lebih terlibat secara aktif dalam perilaku yang bermanfaat bagi komunitas dan anggotanya (Chiu et al., 2015).

Hasil penelitian Atanasova et al., (2017), menunjukkan bahwa seseorang yang berpartisipasi dalam komunitas kesehatan *online* dapat meningkatkan literasi kesehatan, meningkatkan keterampilan, meningkatkan dukungan sosial dan juga memperoleh sumber daya penting lainnya yang diperlukan saat harus

berhadapan dengan permasalahan kesehatan. Untuk membantu memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari, seseorang mencari informasi kesehatan di internet dan juga media sosial. Salah satu informasi yang dicari berkaitan dengan kesehatan. Bergabung dengan komunitas *online* kesehatan memberikan dampak positif sangat banyak, khususnya pada peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Keterlibatan tenaga kesehatan profesional dalam komunitas kesehatan *online* dapat membangun interaksi dan hubungan yang lebih kooperatif dan mencegah penyebaran informasi hoaks.

Dalam menjalankan sebuah komunitas maupun organisasi perlu dilakukan audit komunikasi. Penting adanya audit komunikasi bertujuan untuk mengawasi dan mengevaluasi media, pesan, dan iklim komunikasi. Umumnya audit komunikasi digunakan juga untuk mengevaluasi system komunikais internal organisasi dan eksternal komunikasi (Panghegar, 2013). Penelitian sebelumnya tentang audit komunikasi media sosial di masa krisis COVID-19 pernah dilakukan oleh (Saputri et al., 2021), yang menunjukkan proses komunikasi yang dilakukan oleh Kemenparekraf melalui akun media sosial instagram sesuai dengan kaidah komunikasi publik, melalui pendekatan Npower Northwest dengan lima tahapan utama.

Perbedaan yang ditunjukkan oleh penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, baik yang terkait maupun tidak tentang komunitas daring, terletak pada pendekatan dan teori yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi efektif menggunakan media sosial Komunitas Daring Literasi Kesehatan Indonesia (Leksia) terhadap penyebaran informasi kesehatan di masyarakat pada masa pandemi COVID-19. Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam penggunaan teori audit komunikasi media sosial dan perspektif komunikasi kesehatan melalui komunitas daring yang berbeda dalam upaya memperluas ilmu pengetahuan. Proses audit komunikasi perlu dirancang agar komunitas

maupun organisasi dapat memiliki arah yang strategis dan efektif.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan evaluasi metode audit komunikasi. Audit komunikasi ini dilakukan untuk melakukan pengawasan dan mengevaluasi media, pesan, dan iklim dalam suatu komunitas atau organisasi (Panghegar, 2013). Subjek penelitian ini adalah pengurus Leksia, relawan dan pengikut media sosial Leksia, sedangkan objek penelitian ini adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Leksia dan informasi kesehatan yang dibagikan di media sosial akun Leksia.

Tahapan audit komunikasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan (Northwest, 2010) melalui beberapa tahapan yaitu: memahami dan mengkritisi praktik komunikasi media sosial, mengidentifikasi tingkatan praktik komunikasi dari pengklasifikasian konten dan informasi yang dibagikan, menilai kinerja para pengurus komunitas Leksia melalui identifikasi visi, tujuan, hasil, memilih target audien, memilih platform dan media komunikasi, identifikasi ruang lingkup, area untuk peningkatan strategi dan implementasi, serta melakukan evaluasi perbaikan.

Komunitas daring literasi kesehatan Indonesia (Leksia) dibentuk untuk menumbuhkan kegemaran membaca, meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berbicara, menulis, serta menerapkan perilaku hidup sehat di lingkungan sekitarnya. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas kesehatan Leksia bertujuan untuk mengurangi dampak tsunami informasi kesehatan di masa pandemi COVID-19 pada masyarakat.

Kegiatan komunitas kesehatan *online* Leksia dilaksanakan oleh dewan pengurus sesuai dengan bidang dan tanggung jawabnya masing-masing yang telah ditentukan. Dewan pengurus komunitas Leksia terdiri dari tenaga profesional dengan latar belakang yang beragam. Selain

dewan pengurus terdapat juga relawan Leksia yang bergabung secara sukarela. Para relawan ini dapat bergabung saat dibukanya jadwal perekrutan relawan dengan melakukan pendaftaran dan proses penyeleksian. Komunitas daring leksia menggunakan media sosial dan aplikasi pesan instan sebagai media tular nalar kepada warganet, berikut dibawah ini adalah program kerja dan kegiatan yang dilaksanakan yaitu: Setiap hari senin, tim Leksia membagikan informasi seputar kegiatan *workshop* pelatihan, seminar nasional atau internasional, dan lowongan pekerjaan kesehatan. Sebelum dibagikan informasi-informasi tersebut dikumpulkan dan diperiksa terlebih dahulu sumbernya.

Pada hari selasa, tim Leksia membagikan kebenaran dari informasi-informasi hoaks berkaitan dengan kesehatan yang beredar di masyarakat. Dalam mengidentifikasi informasi hoaks yang beredar, komunitas daring Leksia berkolaborasi dengan organisasi kemasyarakatan yaitu Masyarakat Anti fitnah Indonesia (Mafindo). Butuh perhatian khusus dalam mengidentifikasi kebenaran informasi mengingat banyaknya informasi dan berita hoaks terkait kesehatan yang beredar, apa lagi di masa pandemi COVID-19 saat ini.

Pada hari Rabu, waktunya untuk membahas resensi buku-buku pilihan, seperti buku untuk anak-anak, buku kesehatan dan buku-buku lainnya yang mengandung pesan kesehatan. Pada proses pemilihan buku ini, pengurus melibatkan para relawan untuk memberikan rekomendasi kira-kira buku apa yang mau dibahas. Kriteria bukunya pun harus sesuai dengan sasaran yang ingin dituju. Apabila sudah melawati seleksi dari tim komunitas Leksia, berikutnya buku-buku ini akan dipublikasi ke akun media sosial. Salah satu buku yang pernah dipilih berjudul *Le Petit Prince*. Buku ini cocok untuk dibaca oleh semua golongan umur.

Membedah informasi-informasi tentang kesehatan yang sedang trending dan banyak dibicarakan oleh masyarakat maupun tips-tips

kesehatan juga menjadi salah satu agenda dari komunitas Leksia. Kegiatan ini di jadwalkan pada setiap hari kamis. Tentu saja informasi-informasi ini telah di konfirmasi kebenarannya sebelum dibagikan ke masyarakat umum. Selanjutnya, pada hari Jum'at dilanjutkan dengan berbagi informasi bedah jurnal dan artike penelitian-penelitian kesehatan baik berasal dari jurnal nasional maupun jurnal internasional. Terakhir pada hari sabtu saatnya berbagi *quote* bermutu baik dari filasafah ternama maupun *quote* motivasi terkenal lainnya.

Kegiatan pengabdian masyarakat, penyuluhan, dan seminar lainnya yang dilakukan secara daring maupun tatap muka seperti "Festival Gemar Sehat" yang berisi dongeng dan roleplay gosok gigi untuk anak-anak, lomba menggambar dan mewarnai lomba video cuci tangan dan lain sebagainya dilakukan di luar dari agenda rutin yang terjadwal pada hari senin sampai sabtu oleh komunitas Leksia juga. Sasaran dan peserta kegiatanpun beragama terdiri dari berbagai golongan usia tergantung dengan topik yang diselenggarakan mulai dari anak-anak, pelajar SMP dan SMA, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan lain-lain.

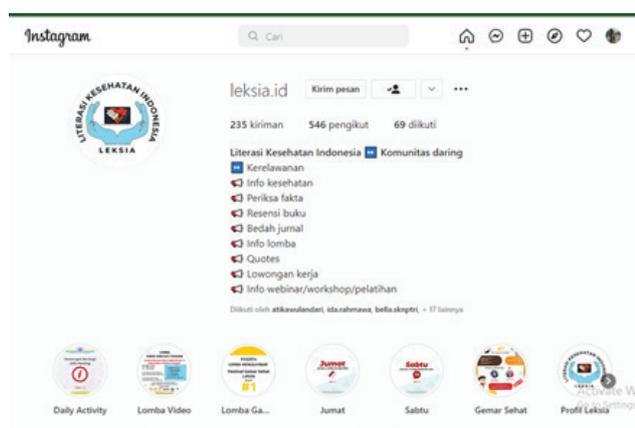
Teknik analisis penelitian ini dilakukan dengan cara mendeksripsikan hasil dan temuan. Analisis penelitian ini dilakukan pada proses komunikasi dan sosialisasi oleh pengurus Leksia, relawan dan pengikut komunitas dalam melakukan aktivitas dan agenda-agenda komunitas Leksia, realisasi agenda dan kegiatan serta implementasi yang dilakukan pada masa pandemi COVID-19.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Komunitas *online* merupakan cara yang relatif baru untuk membangun komunikasi hubungan antara individu yang memiliki fisik jarak jauh. Komunitas *online* membantu seseorang untuk bertemu dengan teman lama maupun seorang kenalan baru, bertukar informasi dan pendapat dengan media seperti teks, video dan

gambar (Fiedler & Sarstedt, 2014). Media sosial sejauh ini telah banyak mengubah pemahaman masyarakat dunia. Pemikiran dan teori yang dimiliki diputarbalikan. Tingkatan komunikasi melebur menjadi kesatuan dalam sebuah jejaring sosial atau media sosial. Kemerdekaan dan kebebasan seluas-luasnya yang diberikan kepada para pengguna untuk dapat mengekspresikan diri, sikap, pendapat pribadi bahkan pandangan hidup. Termasuk didalamnya kebebasan masyarakat menggunakannya dengan tujuan negatif atau positif (Masril & Lubis, 2020).

Komunitas kesehatan *online* Leksia memiliki agenda rutin yang dijadwalkan setiap harinya mulai dari hari Senin sampai Sabtu untuk berbagi konten-konten kesehatan melalui media sosial *instagram* dan *whatsapp*. Melalui kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan kontinu ini, tujuan dari komunitas Leksia adalah untuk menumbuhkan kegemaran membaca dan berpikir kritis sehingga masyarakat menjadi melek informasi dan ilmu pengetahuan terutama di bidang kesehatan, serta mampu menerapkan perilaku hidup sehat di lingkungannya dapat tercapai. Komunitas kesehatan daring Leksia secara resmi dibentuk pada tanggal 21 April 2021. Akun *instagram* komunitas leksia dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Akun media sosial komunitas Leksia
Sumber: akun *Instagram* (link <https://www.instagram.com/leksia.id/>), (2021)

Gambar 1 menunjukkan bahwa ini adalah akun media sosial yang digunakan oleh komunitas Leksia dalam melakukan program kegiatannya yang dapat diakses pada link <https://www.instagram.com/leksia.id/> secara terbuka dan bebas oleh masyarakat. Melalui *instagram* ini pula komunikasi dan informasi berlangsung diantara pengurus, relawan dan masyarakat umum.

Muncul berbagai platform media sosial menjadikan proses produksi informasi tidak lagi hanya berjalan satu arah. Siapapun sekarang dapat menjadi produsen informasi. Dampak situasi ini berperan dalam meningkatkan sebaran misinformasi dan disinformasi di kalangan masyarakat. Literasi digital yang masih rendah dan belum merata mengakibatkan dampak misinformasi dan disinformasi tak terelakan. Beragam isu diangkat dan tersebar di masyarakat menjangkau berbagai lini kehidupan. Misinformasi dan disinformasi pada bidang kesehatan dapat menurunkan kualitas hidup, bahkan pada kesempatan tertentu dapat membahayakan jiwa.

Memahami dan mengkritisi praktik komunikasi media sosial menjadi tahapan pertama yang dilakukan dalam proses penelitian ini. Komunitas kesehatan daring Leksia menggunakan *instagram* sebagai media berbagi informasi kesehatan pada masyarakat sebagai strategi dalam mengaktualisasi visi, tujuan, target dan hasil yang diharapkan. Pengguna media sosial *instagram* yang tinggi dan terdiri dari berbagai golongan usia, maka konten dan informasi yang dibagikan harus berasal dari sumber yang dapat dipertanggung jawabkan dan sudah terbukti kebenarannya.

Jika dikaitkan dengan aspek tujuan komunitas kesehatan daring Leksia berhubungan secara langsung dengan menggunakan *instagram* yaitu sosialisasi informasi dan kegiatan, teknologi, dan pemanfaat *instagram* sebagai bagian dari kebutuhan. Pemanfaatan *instagram* dalam mengimplementasikan visi, tujuan



Gambar 2. Kegiatan yang dilakukan pada hari senin dan selasa di media sosial Leksia
Sumber: akun Instagram (link <https://www.instagram.com/leksia.id/>), (2021)

yang berorientasi pada hasil berdampak pada meningkatnya literasi kesehatan pada masyarakat.

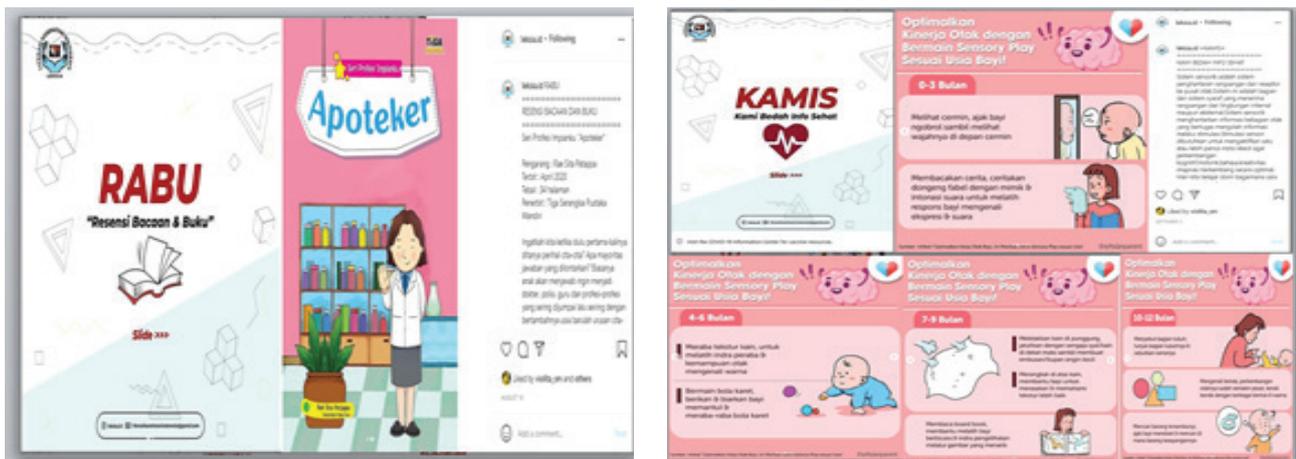
Tahapan kedua adalah mengidentifikasi tingkatan praktik komunikasi dari pengklasifikasian konten dan informasi yang dibagikan. Tahapan ini sudah dilakukan oleh komunitas kesehatan daring Leksia, tampak dari sudah diklasifikasikannya topik-topik informasi berdasarkan hari dan waktu dibagikan.

Agenda kegiatan Leksia diawali pada hari senin dan dilakukan seterusnya setiap hari. Tampak pada gambar 2, pada hari senin admin akun media sosial Leksia memposting berbagi info kegiatan *workshop*, seminar, pelatihan dan lowongan pekerjaan kesehatan. Sebelum di posting beberapa hari sebelumnya bahan ataupun materi yang diposting didiskusikan terlebih dulu bersama dengan seluruh anggota relawan Leksia.

Begitu juga selanjutnya pada hari selasa, admin membagikan informasi tentang hoaks yang beredar dan hasil periksa faktanya. Pada gambar 2 terdapat informasi hoaks yang banyak tersebar dimasyarakat yang kemudian disisipkan informasi yang sebenarnya dan diberikan keterangan yang benar.

Terlihat pada gambar 3, pada hari rabu, sesuai dengan jadwal admin media sosial membagikan informasi resensi buku-buku pilihan, seperti buku cerita anak, buku kesehatan dan buku-buku lainnya yang mengandung pesan kesehatan. Buku-buku tersebut merupakan rekomendasi dari para relawan Leksia yang kemudian didiskusikan bersama-sama untuk dipilih salah satu yang diunggah di akun media sosial. Pada hari kamis, para relawan membedah informasi-informasi tentang kesehatan yang sedang *trending* maupun tips kesehatan yang banyak beredar. Satu topik yang sedang viral dipilih, didiskusikan, dan dibahas bersama para relawan, terakhir baru diunggah ke akun media sosial.

Dilihat pada gambar 3, tampilan dari konten-konten yang dibagikan serta pemilihan warna yang digunakan membuat komunikasi antara pembaca dengan informasi yang ingin disampaikan terjalin dengan baik. Ketertarikan pembaca dalam hal ini sangat penting agar ada keinginan dan kemauan lebih lama untuk memperhatikan. Konten-konten pun harus terlihat menarik dengan pemilihan bahasa yang lebih bersifat persuasif.



Gambar 3. Informasi yang dibagikan pada hari rabu dan kamis

Sumber: akun Instagram (link <https://www.instagram.com/leksia.id/>), (2021)

Pada gambar 4, terdapat unggahan informasi yang dibagikan pada hari jum'at dan sabtu. Pada hari jum'at informasi yang dibagikan adalah jurnal dan artikel penelitian kesehatan. Terakhir pada hari sabtu, dibagikan *quote-quote* bermutu yang dapat memotivasi masyarakat yang membaca.

Pada gambar 4, jadwal hari jum'at adalah membedah artikel penelitian kesehatan yang telah diterbitkan di jurnal terakreditasi baik nasional dan internasional. Topik artikel penelitian yang dibahas disesuaikan dengan isu kesehatan yang

saat ini sedang ramai dibicarakan, misalnya masalah kesehatan COVID-19, obesitas pada usia lanjut (berisiko), penyakit menular berpotensi wabah, penyakit tidak menular dan degeneratif, kesehatan ibu dan anak (KIA) serta topik-topik kesehatan lainnya. Berikutnya pada hari sabtu di unggah *quote-quote* inspiratif yang dapat memotivasi pembaca. *Quote* ini berasal dari filsuf maupun penulis-penulis terkenal lainnya, salah satunya seperti Thomas Carlye, J.K Rowling dan lainnya.



Gambar 4. Membahas artikel pada hari Jum'at. Serta berbagi quote bermutu pada hari sabtu.

Sumber: akun Instagram (link <https://www.instagram.com/leksia.id/>), (2021)

Tahapan ketiga yang dilakukan adalah menilai kinerja para pengurus komunitas Leksia melalui identifikasi visi, tujuan, hasil, memilih target audiens, memilih platform dan media komunikasi. Komunitas kesehatan daring Leksia memiliki filosofi sebagai berikut: logo hati melambangkan kesehatan yang semakin meningkat dengan adanya komunitas Leksia, logo dua tangan melambangkan dukungan dari para relawan yang kokoh, tulus, ikhlas, kreatif dan penuh suka cita, logo Buku dan Gadget melambangkan literasi digital dan konvensional sebagai kepedulian utama para relawan agar masyarakat Indonesia lebih gemar membaca, mencari informasi dengan kritis, memanfaatkan dengan tepat, serta menerapkan dan menyebarluaskan informasi dengan benar.

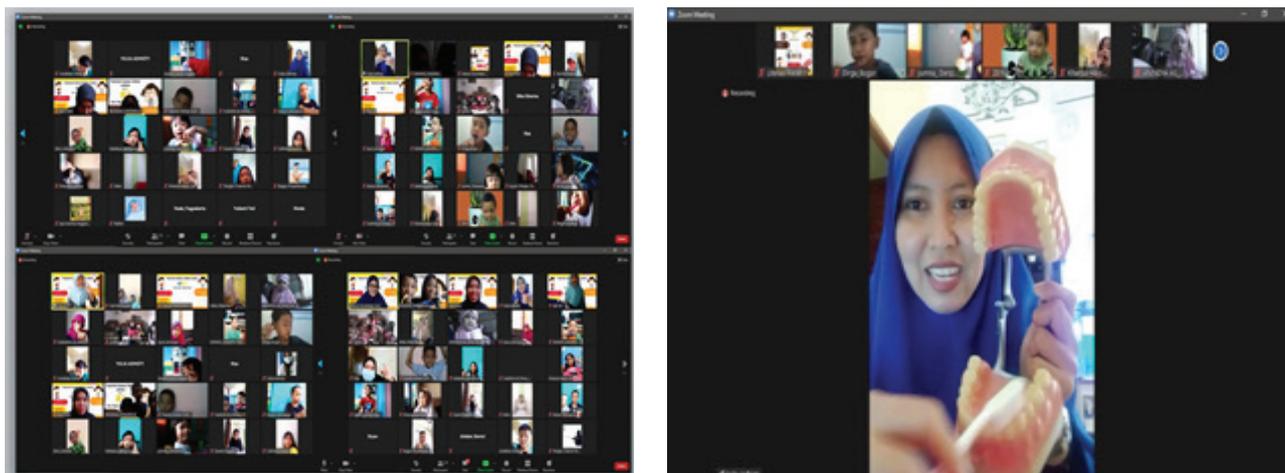
Untuk tahapan ketiga, temuan pada penelitian ini bahwa belum dimunculkannya visi dan misi dari komunitas kesehatan daring Leksia yang dapat diketahui oleh masyarakat sehingga tidak dapat dilakukan penilaian, dan tidak dapat diketahui ketercapaian penggunaan instagram dan ketidaksesuaian terhadap visi misi dan tujuan. Untuk kinerja para pengurus, beberapa anggota pengurus dan relawan masih belum terlibat secara aktif pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Diantaranya lebih banyak memilih untuk menjadi *silent reader* dan pengikut pasif dibandingkan terlibat aktif seperti memberikan saran ataupun komentar pada konten-konten dan informasi yang dibagikan.

Penggunaan media sosial instagram merupakan pilihan terbaik dibandingkan dengan media-media sosial lainnya seperti *twitter*, *facebook* maupun *telegram* dikarenakan saat ada waktu senggang masyarakat lebih memilih membuka instagram, misalnya saat menunggu antrian atau pada saat berada di kendaraan umum, maupun fasilitas umum. Maka untuk itu penting adanya pengoptimalisasian dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana komunikasi. Perlu adanya konsistensi dalam mengunggah konten-konten informasi

kesehatan dan dikelola secara sistematis. Penggunaan instagram dengan visualisasi dan grafis memberikan kesan menarik dan kreatif dari fitur-fitur yang disediakan oleh instagram mulai dari yang gratis sampai yang berbayar. Karakter dari media sosial adalah membentuk koneksi atau hubungan diantara para penggunanya, tidak peduli apakah antar penggunanya saling kenal atau tidak mengenal satu dengan yang lainnya di dunia nyata, namun dengan adanya media sosial dapat memberikan penghubung bagi pengguna secara mekanisme teknologi.

Tahapan keempat, peneliti melakukan identifikasi ruang lingkup, area untuk peningkatan strategi dan implementasi kegiatan, serta melakukan evaluasi perbaikan. Pada temuan penelitian ini, belum optimalnya implementasi maka masih perlu adanya integrasi antara media sosial instagram dengan platform lain atau media komunikasi lainnya. Komunitas kesehatan daring leksia bisa berintegrasi dengan platform media sosial lainnya seperti *twitter*, *facebook*, *whatsapp*, *telegram* dan lainnya sebagai media alternative untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Pemilihan platform yang digunakan harus mempertimbangkan sasaran dan masyarakat yang dituju agar komunikasi dan informasi dapat berjalan dan berlangsung dua arah.

Penggunaan instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya lebih efektif, selain memang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dan juga lebih populer. Penggunaan instagram lebih berfokus pada melakukan koordinasi dan berinteraksi dengan masyarakat dan sosialisasi. Bentuk implementasi media sosial digunakan untuk melakukan pengembangan komunitas dan membangun kerjasama, sedangkan untuk kegiatan monitoring dan evaluasi memiliki bagian yang paling sedikit dan belum menunjukkan adanya bentuk implementai yang optimal dibandingkan dengan yang lain.



Gambar 5. Peserta dan pemateri saat kegiatan daring festival gemar sehat mari sikat gigi berlangsung
Sumber: dokumentasi kegiatan komunitas Leksia (2021)

Komunikasi adalah bagian utama dari sebuah komunitas *online*, yang menentukan kesuksesan jangka panjang dari sebuah komunitas. Komunitas kesehatan daring literasi kesehatan mengacu pada karakteristik pribadi dan sumber daya sosial yang dibutuhkan baik bagi individu maupun masyarakat untuk mengakses, memahami, menilai dan menggunakan informasi serta layanan untuk membuat keputusan tentang kesehatan. Literasi kesehatan memiliki cakupan kapasitas untuk berkomunikasi, menegaskan, dan memberlakukan keputusan ini. Keputusan terkait kesehatan, baik kesehatan sendiri, orang lain, atau kesehatan masyarakat. Ketanggapan literasi kesehatan menggambarkan cara dimana layanan, lingkungan dan produk membuat informasi dan dukungan kesehatan tersedia dan dapat diakses oleh masyarakat secara bebas. Media sosial telah banyak mengubah dunia. Tingkatan komunikasi melebur kedalam satu wadah yang disebut dengan jejaring sosial. Ini memiliki makna bahwa media sosial memberikan kemerdekaan seluas-luasnya kepada para pengguna untuk dapat mengekspresikan dirinya, sikapnya, pandangan hidupnya, serta pendapatnya, termasuk kebebasan baik yang bersifat positif maupun negatif. Konten atau isi kalimat bisa saja sama, namun bisa berefek berbeda ketika cara penyampaiannya berbeda.

Selain informasi-informasi yang dibagikan di akun media sosial Leksia, beberapa kegiatan juga dilakukan secara daring. Salah satunya adalah “Festival Gemar Sehat”. Untuk kegiatan “Festival Gemar Sehat”, respon yang baik dan positif ditunjukkan oleh peserta. Hal tersebut tampak dari antusiasme peserta saat kegiatan dilaksanakan dan juga hasil dari *google form* evaluasi kegiatan pada gambar 5.

Untuk hasil evaluasi kegiatan tampak dari tabel 1, yaitu komentar dan juga saran yang diberikan oleh peserta kegiatan yang diadakan oleh Leksia. Evaluasi penting dilakukan setelah kegiatan dilaksanakan, agar bisa menjadi bahan masukan untuk menyelenggarakan kegiatan berikutnya.

Berdasarkan tabel 1, hasil evaluasi yang dilakukan dengan membagikan link *google form* kepada para peserta yang mengikuti kegiatan festival gemar sehat Leksia dan diisi secara *online*. Tujuan dilakukannya evaluasi ini untuk mengetahui kekurangan serta kelemahan yang terjadi pada saat kegiatan ini berlangsung, serta untuk mengetahui apakah informasi yang disampaikan ini dapat diterima dengan baik oleh peserta. Maka jika dilihat, respon serta komentar dari para peserta kegiatan cukup baik, dan merasa puas dengan kegiatan yang diadakan. Antusiasme dari peserta anak-anak pun sangat bagus. Semua

Tabel 1. Beberapa hasil evaluasi kegiatan festival gemar sehat.

No	Inisial Peserta	komentar dan saran dari peserta
1.	A	"Semoga selalu membuat kegiatan yang sama"
2.	B	"Diadakan lagi ya"
3.	C	"lebih sering lagi"
4.	D	"semoga Leksia semakin maju"
5.	E	"semoga lebih baik lagi"
6.	F	"terus berkembang dan sukses"
7.	G	"lebih banyak hadiahnya supaya anak semangat"
8.	H	"lebih diperbanyak lombanya untuk anak-anak"
9.	I	"Saran saya untuk program "Festival Gemar Sehat Leksia" ini lebih diperbanyak lagi, tidak hanya sekedar materi tentang cara menyikat gigi yang benar, setidaknya berikan materi yang lebih dalam namun mudah dipahami anak", seperti tentang cara menjaga kesehatan gigi, cara mencegah sakit gigi, ataupun mengobati"
10.	J	"Sudah sangat bagus mb, hayuk buat kegiatan based on bidang keilmuan masing2 hehe"
11.	K	"Mungkin di bagian dongeng boleh ditambahkan kayak boneka gitu Bun atau media jdi lebih menarik"
12.	L	"Lebih sering lagi mengadakan kegiatan seperti ini"
13.	M	"Mau ikut lagi kalau ada kegiatan lanjutan"
14.	N	"Dorprisenya diperbanyak lagi ya"
15.	O	"Bagus sekali untuk kegiatan anak di rumah"
16.	P	"Anak saya senang sekali mengikuti kegiatan ini"
17.	Q	"semakin banyak program-program edukasi kesehatan"
18.	R	"Good"
19.	S	"Menurut saya acara yg diselenggarakan sudah sangat baik. Jd saya tidak perlu menambahkan apa pun. Terima kasih leksia"
20.	T	"terus semangat mengadakan acara seperti ini ya mama2 membantu sekali untuk mengisi waktu saat di rumah saja"
21.	U	"mungkin untuk pertemuan kelas <i>online</i> berikutnya lebih tertata rapi, seperti saat pemateri sedang menyampaikan, sebaiknya para peserta tutup miq, supaya lebih mudah dipahami, dan, menurut saya masih ada beberapa hal yg bisa dijadikan bahan evaluasi supaya lebih menarik lagi"
22.	V	"Semangatt terus"
23.	W	"Bikin acara kayak gini lagi ya moms"
24.	X	"Sudah oke"
25.	Y	"Mengadakan kegiatan untuk orang dewasa"
26.	Z	"suara anak-anak sebaiknya di mute"
27.	AA	"lebih banyak topic anak-anak yang dibahas"
28.	AB	"keren"
29.	AC	"bagus sekali"
30.	AD	"buat untuk ibunya juga donk, topik2 parenting"

Sumber: Data evaluasi kegiatan Festival Gemar Sehat Leksia (11 Juli 2021)

peserta anak-anak berusaha untuk mengikuti instruksi-instruksi yang diberikan dan diarahkan oleh narasumber.

Meskipun begitu masih terdapat kekurangan dari kegiatan ini, diantaranya adalah sulitnya untuk mengatur peserta dikarenakan kegiatan dilaksanakan secara virtual atau daring. Keributan sering terjadi pada saat peserta lupa mematikan suara saat *zoom virtual* sedang berlangsung, atau tidak mengaktifkan video ketika mendapatkan giliran untuk berbicara. Apabila peserta kegiatan adalah anak-anak maka perlu didampingi oleh orang tua.

Orang berpartisipasi dalam komunitas kesehatan *online* untuk memenuhi kebutuhan informasi kesehatan (Fan et al., 2014). Komunitas Leksia bersifat *non-profit*, sehingga keikutsertaannya juga bersifat *volunteerism*. Para pengurus yang terlibat di dalamnya berperan sesuai minat dan ketertarikannya masing-masing. Semua orang dalam komunitas bergabung secara partisipatif, saling berbagi dan mendukung satu sama lain. Dukungan komunitas dari perspektif pertukaran sosial dapat dimanfaatkan oleh individu. Ketika manfaat ini dirasakan, maka akan uncul kewajiban yang mendorong individu untuk membalas dengan cara terlibat pada kegiatan komunitas. Dalam komunitas *online*, seseorang dapat berbagi pengetahuan dengan anggota komunitas lainnya (Ye et al., 2015).

Komunitas kesehatan *online* memberikan kesempatan pada orang-orang dengan Ye et al., 2015) berbagai kondisi kesehatan untuk mendapatkan dukungan dan manfaat atas masalah kesehatan fisik dan mental yang dihadapinya (Fullwood et al., 2019). Para relawan dan dewan pengurus Leksia bergabung karena melihat pengumuman perekrutan relawan di media sosial. Para relawan bergabung dalam grup daring yang memberikan kesempatan untuk berdiskusi dan berbagi tentang pengalaman kesehatan serta solusinya. Beberapa dari relawan bergabung karena diajak teman yang sudah terlebih dahulu masuk dalam komunitas.

Komunitas yang dinamis berisi orang-orang berbakat, yang setia satu sama lain. Hasrat dan prestasi orang-orang tersebut menjadikan komunitas sebagai magnet bagi para praktisi, akademisi dan ahli lainnya (UNICEF, 2015). Dewan Pengurus dan relawan Leksia terdiri dari berbagai profesi seperti dokter, bidan, perawat, epidemiolog, nutrisionist, psikolog, apoteker, penyuluh kesehatan, akademisi, akuntan, wirausaha, dan lain-lain.

Status kesehatan dan pendidikan secara signifikan mempengaruhi niat berbagi pengetahuan oleh para profesional kesehatan dan pengguna awam. Sedangkan pendapatan memiliki pengaruh yang tidak signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orang dengan status kesehatan yang lebih baik dan tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih bersedia untuk berbagi pengetahuan, mungkin karena masyarakat merasa lebih percaya diri dan berpengalaman dalam membantu orang lain memecahkan masalah kesehatan (Zhang et al., 2017). Orang-orang yang aktif dalam kepengurusan Leksia merasa tertantang untuk melakukan hal-hal baru, mengembangkan diri, menerima tanggungjawab jabatan dalam komunitas, serta ada pula yang memanfaatkan Leksia sebagai sarana untuk melaksanakan kewajiban penelitian dan pengabdian masyarakat yang harus dilakukan setiap enam bulan sekali dalam profesi yang dijalankannya.

Pendiri komunitas dapat menumbuhkan identitas bersama untuk menciptakan komunitas besar dengan banyak koneksi, perbandingan antar kelompok yang positif, dan kategorisasi sosial yang unggul dibandingkan dengan komunitas lain. Hal ini dapat dilakukan dengan menekankan keunikan komunitas dibandingkan dengan komunitas lain atau dengan hanya mengizinkan kelompok tertentu untuk berpartisipasi. Faktanya, banyak komunitas yang sulit berkembang karena tidak dikenali oleh orang luar dan kurangnya update informasi di media sosial (Fiedler & Sarstedt, 2014). Masa pandemi COVID-19 sekarang ini, *update* informasi kesehatan harus berkembang lebih pesat. Para pengurus komunitas daring kesehatan harus selalu menginformasikan hal-hal baru, mensosialisasikan kegiatan yang akan dilaksanakan baik di tingkat pusat maupun di daerah. Penambahan anggota juga harus terus ditingkatkan untuk dapat menyebarkan informasi kesehatan yang kredibel ke seluruh penjuru daerah.

Komunitas *online* yang menghargai proses berbagi informasi, dukungan antar anggota, adanya kemungkinan anggota keluar dari komunitas, dan rasa kebersamaan dalam komunitas harus fokus pada pembentukan keterikatan identitas bersama dengan anggota komunitas (Fiedler &

Sarstedt, 2014). Komunitas harus memastikan kegiatan edukasi dan sharing informasi yang diadakan merupakan kebutuhan para anggotanya. Dalam masa pandemi COVID-19 ini, pengelola komunitas *online* kesehatan harus menemukan berbagai ide dan terobosan baru, memanfaatkan berbagai macam media pembelajaran serta mengoptimalkan berbagai media sosial untuk dapat terus berkontribusi pada program promosi kesehatan dan peningkatan kualitas hidup anggotanya. Komunitas kesehatan *online* dapat memanfaatkan hari besar, peringatan internasional, kegiatan yang diadakan oleh pemerintah serta pihak-pihak lain yang temanya sesuai topik komunitas. Pada grup whatsapp para relawan dan dewan pengurus, serta di media sosial Leksia secara berkala dibagikan informasi dan tips kesehatan, hoaks dan konfirmasi faktanya, review artikel jurnal, buku dan bacaan lainnya, informasi webinar, bahkan lowongan kerja kesehatan.

Komunitas kesehatan *online* dapat berkembang menjadi suatu organisasi yang menggunakan media sosial secara efektif untuk berbagai hal untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan komunitas tersebut, sebagai sarana berhubungan bagi para penggunanya, dan sebagai tempat mencari informasi, berdampak positif terutama dalam hal pengurangan biaya, peningkatan hubungan para pengguna, dan peningkatan aksesibilitas informasi (Tajudeen et al., 2018). Komunitas daring yang berprinsip *non-profit* juga harus bekerjasama dengan berbagai pihak seperti pemerintah, organisasi profesi, pihak swasta, dan para pengambil kebijakan untuk dapat memperluas jaringan, mengatasi masalah keterbatasan sumberdaya dan keterbatasan sumber dana untuk dapat memastikan keberlangsungan kegiatan dalam komunitas.

Pengelola komunitas daring harus mengadakan kegiatan yang dapat mendorong individu untuk berbagi pengalaman atau kisah pencapaian mereka sendiri dalam menghadapi

masalah dan situasi yang penuh tekanan. Pengelola juga dapat memotivasi para pengurus untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam komunitas tersebut. Alat, permainan, dan layanan pendukung yang baru dan menyenangkan harus terus disediakan untuk memenuhi kebutuhan anggota agar menciptakan suasana komunitas daring yang bahagia dan memuaskan (Chiu et al., 2015). Pelatihan-pelatihan, *inhouse training*, *capacity building*, *sharing* antar anggota harus diagendakan secara rutin untuk dapat menstimulasi kemampuan dan kompetensi para pengurus. Sosialisasi kegiatan dan event-event untuk masyarakat dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan komunitas pada masyarakat awam.

Dukungan ketua komunitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontribusi pengetahuan. Misalnya, ketika ketua komunitas menghadiri suatu rapat, para pengurus lebih merasakan dukungan pemimpin. Ketika individu diakui oleh pemimpin forum, muncul perasaan dukungan yang lebih kuat. Dukungan pemimpin merupakan penentu kuat kontribusi pengetahuan (Ye et al., 2015).

Orang-orang dengan tingkat stress yang relatif lebih sedikit dalam hidup mereka, merasa lebih mudah meluangkan waktu untuk menjadi sukarelawan. Seseorang yang memiliki peristiwa stres yang lebih besar mungkin sangat kehabisan tenaga untuk mencoba menghadapinya, sehingga mereka tidak memiliki sumber daya psikologis tambahan untuk dicurahkan kepada organisasi nirlaba. Orang-orang dengan tingkat stress yang tinggi ini mungkin juga memiliki derajat kesehatan yang lebih buruk. Jika menjadi sukarelawan meningkatkan tujuan hidup seseorang, peningkatan tujuan ini dapat menyebabkan keinginan yang lebih tinggi untuk hidup, yang nantinya akan mengubah pilihan gaya hidup yang lebih sehat dan kesehatan yang lebih baik. Dengan jejaring sosial yang lebih besar, para sukarelawan kemungkinan besar akan melihat atau mendengar informasi tentang

perilaku sehat seperti mendapatkan pemeriksaan perawatan kesehatan preventif. Lebih banyak interaksi sosial juga dapat meningkatkan peluang seseorang untuk berbagi informasi kesehatan dengan orang lain, memberikan saran, atau bekerja sama untuk mencapai tujuan gaya hidup sehat (Kim & Konrath, 2016).

Peran media sosial sangat penting dalam menyebarluaskan informasi dan meningkatkan eksistensi komunitas daring kesehatan. Masyarakat yang membutuhkan informasi kesehatan, maupun yang mengalami masalah dukungan sosial terkait kesehatan harus dapat menemukan keberadaan komunitas tersebut di internet, untuk kemudian dapat mengakses informasi serta dukungan sosial dengan mudah. Para anggota komunitas akan merasa mendapatkan manfaat dengan bergabung, sehingga akan tergerak untuk mengajak orang-orang di lingkungan sekitarnya untuk mengikuti kegiatan dalam komunitas tersebut.

Secara keseluruhan dari hasil audit komunikasi melalui media sosial, komunitas daring kesehatan penting adanya monitoring dan evaluasi yang harus dilakukan dikarenakan issue dan konten kesehatan yang sangat berisiko terhadap penyebaran berita hoaks dan menghindari penyebaran konten-konten yang dapat melanggar UU ITE. Diperlukan informasi yang terintegrasi, dan komunikasi guna membangun informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Tahapan audit komunikasi yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya memahami dan mengkritisi praktik komunikasi media sosial, mengidentifikasi tingkatan praktik komunikasi dari pengklasifikasian konten dan informasi yang dibagikan, menilai kinerja para pengurus komunitas Leksia melalui identifikasi visi komunitas, tujuan, hasil, memilih target *audiens*, memilih platform dan media komunikasi, mengidentifikasi ruang lingkup, peningkatan strategi area dan implementasi, serta melakukan evaluasi perbaikan.

Audit komunikasi juga pernah dilakukan oleh Panghegar, 2013, pada komunikasi organisasi departemen *front office* singgasana hotel Surabaya. Terdapat perbedaan metode audit yg digunakan pada penelitian ini. Penelitian ini melakukan audit komunikasi menggunakan pendekatan (Northwest, 2010), sedangkan Panghegar, 2013 menggunakan metode audit komunikasi dengan teori Goldhaber dengan lima teknik dan pengumpulan data yang berbedanya tetapi berkaitan satu dengan yang lainnya (Panghegar, 2013).

Penelitian serupa sebelumnya juga pernah dilakukan oleh (Saputri et al., 2021), pada media sosial intagram @kemenparekraft.ri dengan menggunakan metode audit komunikasi yang mengacu pada pendekatan Npower Northwest. Perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan saat ini adalah pada organisasi yang diaudit yang mana instagram @kemenparekraft.ri milik pemerintah, sedangkan LEKSIA adalah komunitas kesehatan *online* yang bersifat independen yang didirikan oleh para relawan dengan latar belakang keilmuan beragam dan tidak ada unsur mencari keuntungan didalamnya. Visi dan misi komunitas Leksia lebih kepada untuk meningkatkan literasi kesehatan pada masyarakat dan menurunkan hoaks dengan topik kesehatan yang selama ini banyak beredar di masyarakat. Menjadi salah satu komunitas kesehatan tempat berbagi informasi kesehatan yang dapat menjadi sumber terpercaya serta menjadi wadah kegiatan inspiratif bagi masyarakat dari berbagai macam golongan dan usia.

Simpulan

Revolusi 4.0 dan pandemi COVID-19 menjadi tantangan baru bagi masyarakat dalam menghadapi tsunami informasi. Kegiatan komunitas daring Leksia hadir ditengah-tengah masyarakat, dengan semangat dalam menumbuhkan kegemaran membaca, meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berbicara, menulis, serta menerapkan perilaku

hidup sehat di lingkungan sekitarnya. Keterlibatan para relawan dalam membagikan informasi secara sistematis dan berkelanjutan pada media sosial dapat membantu mengurangi dampak dari tsunami informasi kesehatan yang terjadi. Keaktifan serta antusiasme dari masyarakat dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Leksia secara daring turut memberikan dampak positif terhadap penyebaran informasi kesehatan.

Hasil dari audit komunikasi yang dilakukan pada proses komunikasi komunitas Leksia melalui media sosial instagram dan *whatsapp* sudah sesuai dengan kaidah-kaidah komunikasi *Social Media Communications Audit* (Northwest, 2010). Hal ini tanpa dari konten-konten yang sudah terjadwal setiap hari dan dispesifikasi dengan jelas sehingga tidak tercampur antara satu topik dengan topik yang lainnya. Pembaca maupun masyarakat tidak merasa bingung saat melihat konten yang dibagikan melalui media sosial komunitas Leksia. Meskipun sudah cukup baik, monitoring maupun evaluasi tetap perlu dilakukan secara periodik untuk memastikan bahwa konten dan topik tidak membuat masyarakat merasa jenuh maupun bosan.

Penelitian ini memberikan saran kepada pengurus komunitas Leksia dan para relawan untuk dapat memperluas sasaran kegiatan dan juga memperbanyak konten-konten kesehatan yang dibagikan ke masyarakat sehingga literasi kesehatan dapat meningkat dan informasi-hoaks yang tersebar di masyarakat berkurang.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada para Relawan Literasi Kesehatan Indonesia (Leksia) dan juga kepada seluruh peserta dari berbagai daerah di Indonesia yang terlibat dan turut berpartisipasi sehingga terlaksananya program kerja dan kegiatan-kegiatan di komunitas kesehatan daring Leksia.

Daftar Pustaka

- Atanasova, S., Kamin, T., & Petrič, G. (2017). Exploring the benefits and challenges of health professionals' participation in online health communities: Emergence of (dis)empowerment processes and outcomes. *International Journal of Medical Informatics*, *98*, 13–21. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2016.11.005>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Hoaks oleh Digital Native. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, *1*(1), 140–157.
- Chiu, C. M., Huang, H. Y., Cheng, H. L., & Sun, P. C. (2015). Understanding online community citizenship behaviors through social support and social identity. *International Journal of Information Management*, *35*(4), 504–519. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.04.009>
- Edwards, M. Wood, F. Davies, M. Edwards, A. (2013). “Distributed health literacy”: longitudinal qualitative analysis of the roles of health literacy mediators and social networks of people living with a long-term health condition. *Health Expectations*, *18*, Pp. 1180-1193.
- Fan, H., Lederman, R., Smith, S. P., & Chang, S. (2014). How trust is formed in online health communities: A process perspective. *Communications of the Association for Information Systems*, *34*(1), 531–560. <https://doi.org/10.17705/1cais.03428>
- Fiedler, M., & Sarstedt, M. (2014). Influence of community design on user behaviors in online communities. *Journal of Business Research*, *67*(11), 2258–2268. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.014>
- Fullwood, C., Chadwick, D., Keep, M., Attrill-Smith, A., Asbury, T., & Kirwan, G. (2019). Lurking towards empowerment: Explaining propensity to engage with online health support groups and its association with positive outcomes. *Computers in Human Behavior*, *90*(August 2018), 131–140. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.037>
- Kim, E. S., & Konrath, S. H. (2016). Volunteering is prospectively associated with health care use among older adults. *Social Science and Medicine*, *149*, 122–129. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2015.11.043>
- Kominfo. (2021). Masyarakat Harus Waspada, Ada 1402 Hoaks Terkait COVID-19. *Kominfo.Go.Id*. <https://covid19.go.id/berita/masyarakat-harus-waspada-ada-1402-hoaks-terkait-covid-19>
- Li, S., Coduto, K. D., & Morr, L. (2019). Communicating social support online: The roles of emotional disclosures and gender cues in support provision. *Telematics and Informatics*, *39*(August 2018), 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.02.004>
- Lobchuk, M., McClement, S., Rigney, M., Copeland, A., & Bayrampour, H. (2015). A Qualitative Analysis of “naturalistic” Conversations in a Peer-Led Online Support Community for Lung Cancer. *Cancer Nursing*, *38*(5), E21–E31. <https://doi.org/10.1097/NCC.0000000000000207>
- MAFINDO. (2020). *Laporan Pemetaan Hoaks Covid-19 Tahun 2020*.
- Masril, M., & Lubis, F. W. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial dan Penyebaran Hoaks Di Kota Medan. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, *6*(1), 11–22. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i1.2937>
- Northwest. (2010). *Social Media Communications Audit - A Guide To Understanding and Implementation*. 1–13.
- Organization, W. H. (2017). Shanghai declaration on promoting health in the 2030 Agenda for Sustainable Development. *Health Promotion International*, *32*(1), 7–8. <https://doi.org/10.1093/heapro/daw103>
- Panghegar, S. F. (2013). Audit Komunikasi Organisasi Horisontal Departemen Front

- Office Singgasana Hotel Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(1), 1–10. <https://www.neliti.com/id/publications/78979/audit-komunikasi-organisasi-horisontal-departemen-front-office-singgasana-hotel>
- Saputri, C. D., Lestari, P., & Sosiawan, E. A. (2021). Audit Komunikasi Media Sosial di Masa Krisis COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 19. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.4720>
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2018). Understanding the impact of social media usage among organizations. *Information and Management*, 55(3), 308–321. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.08.004>
- Ye, H. J., Feng, Y., & Choi, B. C. F. (2015). Understanding knowledge contribution in online knowledge communities: A model of community support and forum leader support. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(1), 34–45. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2014.11.002>
- Zhang, X., Liu, S., Deng, Z., & Chen, X. (2017). Knowledge sharing motivations in online health communities: A comparative study of health professionals and normal users. *Computers in Human Behavior*, 75, 797–810. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.028>