

INFLUENCER DIGITAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI KESEHATAN STUDI PERAN dr. TIRTA DI ERA MEDIA SOSIAL

Oleh:

Izza Luria Putri Jasmine¹

Farida Nurul Rahmawati²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 230531100080@student.trunojoyo.ac.id

Abstract. *The rapid development of information and communication technology, especially the internet and social media, has brought about major changes in the way people obtain information, including health information. Now, people no longer only rely on medical personnel in health facilities, but also actively seek information through digital platforms. In Indonesia, the high penetration of social media makes digital space a very effective means of communication, including in terms of health education. In this context, the emergence of digital influencers with a medical background is an interesting phenomenon that deserves further study. This study specifically highlights the role of Dr. Tirta Mandira Hudhi as one of the health influencers who was active during the COVID-19 pandemic. The main focus of the study is the communication strategy he uses to disseminate evidence based health information through various social media platforms. Using a qualitative descriptive approach, this study analyzes the communication style, type of content, and public response to the presence and messages of Dr. Tirta. The results of the study show that his informal, straightforward, and easy-to-understand communication style, as well as his consistency in conveying accurate information, have helped improve public health literacy, strengthen public trust, and encourage behavioral changes towards a healthier direction. These findings highlight the importance of the role of credible digital figures in the modern health communication ecosystem.*

Received May 31, 2025; Revised June 13, 2025; June 20, 2025

*Corresponding author: 230531100080@student.trunojoyo.ac.id

INFLUENCER DIGITAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI KESEHATAN STUDI PERAN dr. TIRTA DI ERA MEDIA SOSIAL

Keywords: *Digital Influencer, Health Communication, Social Media, Dr. Tirta, Health Literacy, Covid-19 Pandemic.*

Abstrak. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media sosial, telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi kesehatan. Kini, orang tidak lagi hanya bergantung pada tenaga medis di fasilitas kesehatan, tetapi juga aktif mencari informasi melalui platform digital. Di Indonesia, tingginya penetrasi media sosial menjadikan ruang digital sebagai sarana komunikasi yang sangat efektif, termasuk dalam hal edukasi kesehatan. Dalam konteks ini, munculnya *influencer* digital berlatar belakang medis menjadi fenomena menarik yang layak dikaji lebih dalam. Studi ini secara khusus menyoroti peran dr. Tirta Mandira Hudhi sebagai salah satu *influencer* kesehatan yang aktif selama pandemi COVID-19. Fokus utama penelitian adalah strategi komunikasi yang ia gunakan untuk menyebarkan informasi kesehatan berbasis bukti ilmiah melalui berbagai platform media sosial. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis gaya komunikasi, jenis konten, serta respons publik terhadap kehadiran dan pesan-pesan dr. Tirta. Hasil kajian menunjukkan bahwa gaya komunikasinya yang informal, lugas, dan mudah dipahami, serta konsistensinya dalam menyampaikan informasi yang akurat, telah membantu meningkatkan literasi kesehatan masyarakat, memperkuat kepercayaan publik, dan mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih sehat. Temuan ini menegaskan pentingnya peran figur digital yang kredibel dalam ekosistem komunikasi kesehatan modern.

Kata Kunci: *Influencer Digital, Komunikasi Kesehatan, Media Sosial, Dr. Tirta, Literasi Kesehatan, Pandemi COVID-19.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media sosial, telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi kesehatan. Di Indonesia, penggunaan media sosial sangat masif, dengan platform seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi yang paling populer. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin mengandalkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari, termasuk di bidang kesehatan. Media

sosial terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan kesehatan masyarakat. Platform ini memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, real-time, dan interaktif, sehingga pesan-pesan kesehatan dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis dan waktu. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi komunikasi dua arah antara penyedia layanan kesehatan dan masyarakat, sehingga terjadi interaksi yang dapat meningkatkan pemahaman dan perubahan perilaku kesehatan ¹.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi kesehatan yang akurat dan terkini juga mendorong penggunaan media sosial sebagai sumber utama. Komunikasi kesehatan yang berjalan pada masa sekarang ini sangat berkembang pesat terlebih dengan kemudahan mengakses jejaring sosial dan dengan adanya media pengiriman pesan yang *user friendly* bagi berbagai lapisan masyarakat. Hal ini dimanfaatkan berbagai golongan dan kelompok untuk saling bertukar berbagai informasi yang berkaitan dengan kesehatan ². Media sosial memberikan kemudahan akses bagi siapa saja, kapan saja, dan di mana saja untuk memperoleh informasi kesehatan, baik dari institusi resmi, tenaga kesehatan, maupun komunitas. Hal ini sangat penting di era digital, di mana masyarakat dituntut untuk lebih mandiri dalam mencari dan memverifikasi informasi kesehatan. Media sosial telah dimanfaatkan oleh berbagai institusi kesehatan, seperti rumah sakit dan organisasi kesehatan, untuk promosi layanan, edukasi, serta kampanye kesehatan. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam promosi kesehatan dapat meningkatkan pengetahuan, kepuasan pasien, serta mendorong perubahan perilaku sehat, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa. Meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, terdapat tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat (hoaks), kurangnya literasi digital, dan keterbatasan tenaga kesehatan dalam mengelola konten. Oleh karena itu, keterlibatan profesional kesehatan dalam mengelola dan memverifikasi informasi di media sosial sangat diperlukan untuk memastikan kualitas dan kredibilitas informasi yang diterima masyarakat.

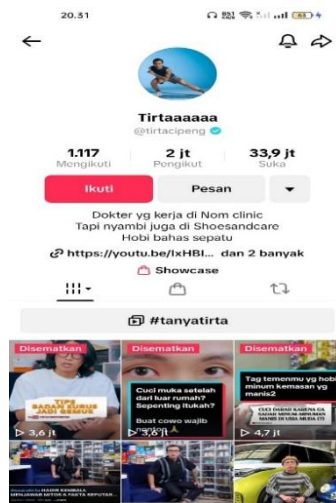
Pemanfaatan figur publik atau *influencer* yang memiliki pengaruh besar di media sosial juga dapat meningkatkan daya jangkauan kampanye dan memperkuat efek persuasif

¹ Rif'iy Qomarrullah *et al.*, "Edukasi Kesehatan di Media Sosial bagi Mahasiswa Universitas Terbuka Jayapura," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 94–102.

² Ihsan Suri, Nurul Hidayat, and Umar Halim, "Komunikasi Kesehatan Di Era Digital: Strategi Pemerintah Dalam Sosialisasi Program Vaksin Covid-19," *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, no. 4 (2021): 850–58.

***INFLUENCER* DIGITAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI KESEHATAN STUDI PERAN dr. TIRTA DI ERA MEDIA SOSIAL**

pesan ³. Munculnya *influencer* kesehatan di Indonesia merupakan respons terhadap kebutuhan masyarakat akan informasi kesehatan yang mudah diakses, kredibel, dan relevan dengan situasi terkini. Dalam kampanye kesehatan digital, kolaborasi dengan *influencer* yang memiliki audiens besar terbukti mampu meningkatkan penyebaran informasi secara efektif dan dipercaya oleh masyarakat luas ⁴. Studi tersebut menekankan bahwa keberhasilan kampanye kesehatan tidak hanya bergantung pada konten resmi pemerintah, tetapi juga pada peran aktif *influencer* dalam membangun kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan ⁵. *Influencer* kesehatan, khususnya yang berlatar belakang medis seperti dr. Tirta Mandira Hudhi, memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan edukasi kesehatan secara luas dan efektif, terutama di tengah maraknya hoaks dan misinformasi. Dr. Tirta menjadi salah satu figur sentral dalam fenomena ini, terutama sejak pandemi COVID-19. Ia aktif di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube, membagikan edukasi tentang pencegahan, penanganan, serta fakta dan mitos seputar COVID-19 dan isu kesehatan lain.



Gambar 1: Tampilan Profil TikTok @tirtacipeng, menunjukkan jumlah pengikut dan konten

Sumber: https://www.tiktok.com/@tirtacipeng?_t=ZS-8xE8Pzg7Qm2&_r=1

³ Suwandi *et al.*, “Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Anti Rokok Oleh Lembaga Kesehatan Di Media Sosial,” *Jurnal Ilmu Sosial* 8, no. 4 (2025).

⁴ Rizal Mutaqin, Dwi Shinta Dharmopadni, and Miza Afrizal Azwir, “Peran Media Sosial Dalam Kampanye Kesehatan Anak Untuk Mencegah Stunting,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 92–99.

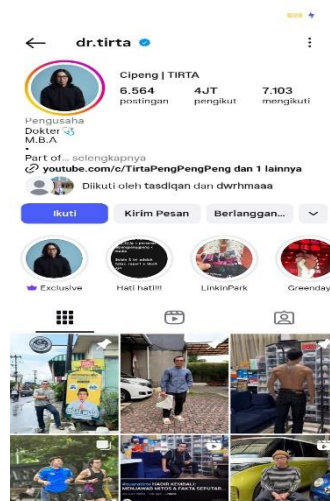
⁵ Falyabernadeth Parasdiati A P, Livinda Putri Darman, and Marsha Clarisa, “Titian : Jurnal Ilmu Humaniora Peran Media Sosial Instagram @ Kemenkes _ Ri Dalam Mitigasi Bencana COVID-19 Di Indonesia,” *Jurnal Ilmu Humaniora* 08, no. 02 (2024): 347–64.



Gambar 2: Tampilan Saluran YouTube "Tirta PengPengPeng" menampilkan jumlah pelanggan dan salah satu video edukasi

Sumber: <https://youtube.com/@tirtapengpengpeng?si=wzEvr1cuZZweBml2>

Fenomena *influencer* kesehatan seperti dr. Tirta menandai pergeseran pola komunikasi kesehatan di era digital. Mereka berperan penting dalam meluruskan informasi, meningkatkan literasi kesehatan, dan membangun solidaritas sosial di tengah masyarakat, khususnya saat menghadapi krisis kesehatan seperti pandemi COVID-19 ⁶.



⁶ Agustian Galih Lisanto *et al.*, "Peran Akun Instagram @dr.Tirta Sebagai Influencer dalam Edukasi Pencegahan Covid-19 di Media Sosial Instagram (Analisis Isi Konten Instagram @dr.Tirta)," *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2023): 1–15.

INFLUENCER DIGITAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI KESEHATAN STUDI PERAN dr. TIRTA DI ERA MEDIA SOSIAL

Gambar 3: Tampilan Profil Instagram @dr.tirta, menunjukkan jumlah pengikut dan postingan

Sumber: <https://www.instagram.com/dr.tirta?igsh=a2FrZWfpenMxZWU2>

Di era digital, komunikasi kesehatan yang efektif sangat penting untuk memastikan masyarakat menerima informasi yang akurat dan dapat dipercaya di tengah banjirnya konten dan maraknya hoaks kesehatan di media sosial ⁷. Dr. Tirta, sebagai *influencer* kesehatan, menjalankan fungsi komunikasi kesehatan dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube untuk menyampaikan edukasi berbasis bukti secara konsisten, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta gaya komunikasi yang tegas dan relatable ⁸. Melalui pendekatan ini, dr. Tirta tidak hanya meningkatkan literasi kesehatan dan membangun kepercayaan publik, tetapi juga mampu memengaruhi perilaku masyarakat, memperkuat kolaborasi lintas sektor, dan menjadi rujukan utama dalam penanggulangan isu kesehatan, khususnya selama pandemi COVID-19.

KAJIAN TEORITIS

Landasan Teoritis

Komunikasi kesehatan adalah proses penyampaian dan penerimaan informasi kesehatan yang bertujuan untuk memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku individu atau kelompok terkait kesehatan. Di era digital, komunikasi kesehatan mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya media sosial sebagai saluran utama. Teori-teori komunikasi seperti teori difusi inovasi dan teori pembelajaran sosial dapat diterapkan untuk memahami bagaimana informasi kesehatan menyebar dan diterima oleh masyarakat melalui *influencer* digital.

Landasan Konseptual

1. Definisi *Influencer* Digital

⁷ Lydia Okva Anjelia, Deddy Mulyana, and Jenny Ratna Suminar, "The Role of Indonesian Doctors as Content Creators in Fighting Health Hoaxes , Myths , and Stigma on Social Media," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 13, no. 2 (2024): 315–36.

⁸ Irawan *et al.*, "Doctor Tirta's Branding As An Influencer In The Telemedicine Program," *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 98–107.

Influencer digital adalah individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial dan mampu memengaruhi opini, sikap, atau perilaku pengikutnya melalui konten yang mereka buat dan bagikan secara konsisten⁹. Mereka biasanya memiliki basis pengikut yang cukup besar dan kredibilitas di bidang tertentu, sehingga ucapan dan tindakan mereka menjadi rujukan bagi audiens. *Influencer* dapat berupa selebritas, profesional, blogger, vlogger, atau pengguna media sosial biasa yang memiliki kemampuan membangun hubungan dan kepercayaan dengan audiensnya melalui berbagai platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok.

Karakteristik Komunikasi Kesehatan di Era Digital

Komunikasi kesehatan di era digital ditandai oleh interaktivitas, kecepatan penyebaran informasi, dan aksesibilitas yang luas. Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah antara penyedia informasi kesehatan dan masyarakat, sehingga pesan dapat disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Komunikasi ini bersifat persuasif dan edukatif, menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta media visual seperti video dan infografis untuk meningkatkan pemahaman. Selain itu, komunikasi kesehatan digital juga menuntut kredibilitas sumber dan kemampuan mengelola informasi agar tidak menimbulkan misinformasi

Tantangan dan Peluang Penyebaran Informasi Kesehatan via *Influencer*

Tantangan penyebaran informasi kesehatan via *influencer* yaitu, Risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks karena kurangnya verifikasi konten. Keterbatasan literasi digital masyarakat dalam memilah informasi yang benar dan salah. Potensi konflik kepentingan jika *influencer* mempromosikan produk tanpa dasar ilmiah yang kuat¹⁰. Adapun peluangnya yaitu, Jangkauan luas dan kemampuan *influencer* untuk membangun kepercayaan dengan audiensnya. Penyampaian pesan kesehatan yang lebih menarik dan mudah diterima melalui gaya komunikasi yang relatable. Meningkatkan literasi kesehatan dan kesadaran masyarakat secara cepat dan efektif, terutama di kalangan generasi muda.

⁹ Tata Dwiyanto, "Peran Dan Fungsi Influencer Di Media Sosial," *Journal of Digital Business* 2, no. 1 (2024): 1–16.

¹⁰ Dyas Rhaka Pradika, Ratna Setyarahajoe, and Fitria Widiyani Roosinda, "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Influencer Pada Instagram Cleo Oxygen Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness," *Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (2022): 180–88.

***INFLUENCER* DIGITAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI KESEHATAN STUDI PERAN dr. TIRTA DI ERA MEDIA SOSIAL**

Memfasilitasi interaksi dan feedback langsung antara penyedia informasi dan masyarakat, sehingga komunikasi menjadi lebih dinamis dan responsif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena peran dr. Tirta sebagai *influencer* kesehatan di media sosial. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai karakteristik komunikasi, konten, serta respons publik terhadap dr. Tirta.

Sumber Data

- a. Data dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal ilmiah, dan data yang mendukung serta terpercaya.
- b. Data Primer: Observasi terhadap konten-konten dr. Tirta di berbagai platform media sosial (Instagram, Twitter, YouTube), serta analisis terhadap komentar dan interaksi pengikutnya.
- c. Data Sekunder: Studi literatur dari jurnal ilmiah, artikel, dan buku yang berkaitan dengan *influencer* digital, komunikasi kesehatan, dan peran media sosial dalam penyebaran informasi kesehatan.

Teknik Pengumpulan Data

- a. Analisis Konten: Menganalisis isi pesan, gaya bahasa, visual, dan frekuensi unggahan konten kesehatan oleh dr. Tirta.
- b. Studi Dokumentasi: Mengumpulkan dan meninjau artikel, penelitian, dan publikasi terkait dr. Tirta sebagai *influencer* kesehatan.

Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yang meliputi:

- a. Reduksi Data: Memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mengubah data kasar yang muncul dari catatan lapangan.
- b. Penyajian Data: Menyajikan data dalam bentuk narasi deskriptif untuk menggambarkan karakteristik komunikasi dan peran dr. Tirta.

- c. Penarikan Kesimpulan: Menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola atau tema-tema yang ditemukan dari data yang telah disajikan.

Tabel 1. Data Profil Media Sosial Influencer Dr. Tirta

Platform Media Sosial	Nama Akun	Jumlah Pengikut/Pelanggan	Jenis Konten Utama
TikTok	@tirtacipeng	2 Juta Pengikut	Edukasi kesehatan (terkait pencegahan virus, protokol kesehatan, melawan misinformasi), klarifikasi hoaks, isu sosial, tips kesehatan, dan vlog pribadi terkait hobi.
YouTube	Tirta PengPengPeng	1.33 Juta Pelanggan	Mitos & fakta kesehatan, edukasi kesehatan (termasuk tentang COVID-19, penyakit), diskusi bisnis dan <i>longlife learning</i> , wawancara dengan tokoh, serta konten informatif lainnya.
Instagram	@dr.tirta	3.3 Juta - 4 Juta Pengikut	Edukasi COVID-19, klarifikasi hoaks, ajakan vaksinasi, protokol kesehatan, isu sosial, tips hidup sehat, gaya hidup, dan edukasi penyakit yang relevan.

***INFLUENCER* DIGITAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI KESEHATAN STUDI PERAN dr. TIRTA DI ERA MEDIA SOSIAL**

Pengumpulan data untuk menyusun tabel profil media sosial Dr. Tirta dilakukan dengan metode pencarian informasi di internet, khususnya melalui pemanfaatan mesin pencari Google Search. Proses ini melibatkan penelusuran data publik mengenai akun-akun media sosial Dr. Tirta, yaitu TikTok, YouTube, dan Instagram. Dari hasil pencarian tersebut, informasi relevan seperti jumlah pengikut atau pelanggan serta jenis-jenis konten utama yang dibagikan oleh Dr. Tirta kemudian diekstraksi. Dengan demikian, pendekatan ini dapat dikategorikan sebagai pengumpulan data sekunder, di mana informasi diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada dan dapat diakses secara publik di platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi Kasus: dr. Tirta

dr. Tirta Mandira Hudhi adalah seorang dokter muda asal Surakarta yang dikenal luas sebagai figur publik dan *influencer* kesehatan di Indonesia. Ia menempuh pendidikan kedokteran di Universitas Gadjah Mada dengan predikat cum laude dan melanjutkan studi Magister Administrasi Bisnis di Institut Teknologi Bandung. Selain berkarier sebagai dokter, dr. Tirta juga sukses sebagai pengusaha dan aktif memanfaatkan media sosial untuk edukasi kesehatan, terutama selama pandemi COVID-19. Selama pandemi, konten unggahan dr. Tirta banyak berfokus pada edukasi kesehatan yang berbasis bukti, klarifikasi hoaks terkait COVID-19, ajakan vaksinasi, serta promosi protokol kesehatan. Ia menggunakan berbagai platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube untuk menyampaikan informasi yang akurat dan mudah dipahami masyarakat. Kontennya juga sering mengangkat isu sosial terkait stigma dan solidaritas di masa pandemi, sehingga tidak hanya informatif tetapi juga menginspirasi.

Gaya komunikasi dr. Tirta dikenal informal, lugas, dan kritis. Ia menggunakan bahasa yang sederhana dan tegas, sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Pendekatan komunikasinya yang santai namun berisi fakta ilmiah membuatnya mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens sekaligus menjaga kredibilitas sebagai tenaga medis. Respons publik terhadap dr. Tirta sangat positif, terbukti dari jumlah pengikutnya yang mencapai ratusan ribu dan interaksi tinggi di setiap unggahan. Pengaruhnya terlihat dalam peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya vaksinasi dan protokol kesehatan, serta perubahan

perilaku yang lebih disiplin dalam menghadapi pandemi. Dr. Tirta juga menjadi rujukan utama bagi banyak orang dalam meluruskan informasi keliru dan meningkatkan literasi kesehatan digital.

Peran dr. Tirta sebagai Agen Komunikasi Kesehatan

Berdasarkan analisis, dr. Tirta berperan krusial sebagai agen komunikasi kesehatan melalui beberapa aspek:

- a. **Penyebarnya Informasi Akurat:** Dr. Tirta secara konsisten menyampaikan edukasi kesehatan berbasis bukti, melawan hoaks dan misinformasi yang marak di media sosial. Kredibilitasnya sebagai seorang dokter mendukung keandalan informasi yang disampaikannya.
- b. **Peningkatan Literasi Kesehatan:** Dengan gaya komunikasi yang mudah dipahami dan *relatable*, dr. Tirta berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang isu-isu kesehatan kompleks, termasuk protokol kesehatan dan pentingnya vaksinasi. Ini berkontribusi pada peningkatan literasi kesehatan digital publik.
- c. **Pembentuk Opini dan Perilaku:** Pengaruh dr. Tirta terlihat dalam perubahan perilaku masyarakat yang lebih disiplin dalam menghadapi pandemi dan peningkatan kesadaran akan vaksinasi. Ia mampu memengaruhi sikap dan tindakan pengikutnya.
- d. **Jembatan Antara Tenaga Medis dan Masyarakat:** Dr. Tirta menjembatani kesenjangan komunikasi antara institusi kesehatan/tenaga medis dan masyarakat umum, khususnya dalam kondisi krisis. Ia menerjemahkan informasi medis yang rumit menjadi bahasa yang dapat diakses oleh khalayak luas.
- e. **Pembangun Kepercayaan Publik:** Dengan pendekatan yang transparan, lugas, dan menginspirasi, dr. Tirta membangun kepercayaan publik terhadap informasi kesehatan yang kredibel, terutama di tengah ketidakpastian informasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pergeseran krusial dalam lanskap komunikasi kesehatan di era digital, didorong oleh masifnya penggunaan media sosial dan meningkatnya kebutuhan akan informasi kesehatan yang akurat. Meskipun platform digital menawarkan kecepatan dan interaktivitas, tantangan penyebaran hoaks dan misinformasi tetap menjadi perhatian

***INFLUENCER* DIGITAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI KESEHATAN STUDI PERAN dr. TIRTA DI ERA MEDIA SOSIAL**

serius. Dalam konteks ini, *influencer* kesehatan digital, khususnya yang berlatar belakang medis seperti dr. Tirta Mandira Hudhi, muncul sebagai agen komunikasi yang sangat relevan dan efektif.

Studi kasus dr. Tirta menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial, ia mampu menyampaikan edukasi kesehatan berbasis bukti secara konsisten. Gaya komunikasi dr. Tirta yang informal, lugas, dan *relatable* terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional, menjaga kredibilitas, serta meningkatkan literasi kesehatan di tengah masyarakat, terutama saat menghadapi krisis seperti pandemi COVID-19. Dengan demikian, *influencer* digital tidak hanya berperan sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai figur yang dapat memengaruhi perilaku dan membangun kepercayaan publik. Mereka menjadi jembatan penting dalam memastikan masyarakat menerima informasi kesehatan yang akurat dan dapat dipercaya, sekaligus memperkuat kolaborasi lintas sektor dalam upaya penanggulangan isu kesehatan. Kehadiran mereka menandai evolusi penting dalam komunikasi kesehatan, menunjukkan bahwa kredibilitas dan gaya komunikasi yang tepat di platform digital sangat esensial untuk edukasi dan perubahan perilaku kesehatan.

DAFTAR REFERENSI

- Anjelia, Lydia Okva, Deddy Mulyana, and Jenny Ratna Suminar. "The Role of Indonesian Doctors as Content Creators in Fighting Health Hoaxes , Myths , and Stigma on Social Media." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 13, no. 2 (2024): 315–36. <https://doi.org/10.7454/jkmi.v13i2.1253>.
- Dwiyanto, Tata. "Peran Dan Fungsi *Influencer* Di Media Sosial." *Journal of Digital Business* 2, no. 1 (2024): 1–16. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i1.16>.
- Irawan, Lulu Nurul Azkiyah, Ardian Setio Utomo, and Dewi Warhamni. "Doctor Tirta's Branding As An Influencer In The Telemedicine Program." *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 98–107. <https://doi.org/10.31602/jm.v6i2.12933>.
- Lisanto, Agustian Galih, Saifuddin Zuhri, Dyva Claretta, and Catur Suratnoaji. "Peran Akun Instagram @dr.Tirta Sebagai *Influencer* Dalam Edukasi Pencegahan Covid-19 di Media Sosial Instagram (Analisis Isi Konten Instagram @dr.Tirta)." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2023): 1–15.

- Mutaqin, Rizal, Dwi Shinta Dharmopadni, and Miza Afrizal Azwir. "Peran Media Sosial Dalam Kampanye Kesehatan Anak Untuk Mencegah Stunting." *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 92–99. <https://jurnal.alungcipta.com/index.php/jpmas/index>.
- P, Falyabernadeth Parasdiati A, Livinda Putri Darman, and Marsha Clarisa. "Titian : Jurnal Ilmu Humaniora Peran Media Sosial Instagram @ Kemenkes _ Ri Dalam Mitigasi Bencana COVID-19 Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Humaniora* 08, no. 02 (2024): 347–64. <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>.
- Pradika, Dyas Rhaka, Ratna Setyarahajoe, and Fitria Widiyani Roosinda. "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis *Influencer* Pada Instagram Cleo Oxygen Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness." *Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (2022): 180–88. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i2.85>.
- Qomarrullah, Rif'iy, Yohanis M Mandosir, Mujadi, Milcha H Tammubua, Suratni, Rivaldhy N Muhammad, Restu Monika Nia Betaubun, Muhammad Sawir, Muhamad Thoif, and Zainal Widyanto. "Edukasi Kesehatan di Media Sosial bagi Mahasiswa Univeritas Terbuka Jayapura." *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 94–102.
- Suri, Ihsan, Nurul Hidayat, and Umar Halim. "Komunikasi Kesehatan Di Era Digital: Strategi Pemerintah Dalam Sosialisasi Program Vaksin Covid-19." *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, no. 4 (2021): 850–58. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/4627>.
- Suwandi, Daffa Fauziah Atikah Safitri, Anika Nunik Alfiany, Hartati Nursahati, and Ade Ramadhan Yazid. "Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Anti Rokok Oleh Lembaga Kesehatan Di Media Sosial." *Jurnal Ilmu Sosial* 8, no. 4 (2025).