

PENGARUH KUALITAS KONTEN EDUKASI KESEHATAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT PERILAKU HIDUP SEHAT PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

Ilham Alfadilah¹, Mutiara Laila Azizah²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

²Program Studi D3 Farmasi, Politeknik Kesehatan TNI AU Adisutjipto, Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Januari 2026

Revised Januari 2026

Accepted Januari 2026

Available online Januari 2026

Email:

ilhamiam1873@gmail.com,

mutiaralailaa20@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Perkembangan media digital menjadikan konten edukasi kesehatan sebagai salah satu sarana penting dalam menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat. Kualitas konten yang disajikan berperan dalam menentukan sejauh mana pesan kesehatan dapat diterima dan mempengaruhi audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas konten edukasi kesehatan terhadap minat perilaku hidup sehat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 127 responden yang pernah melihat konten edukasi kesehatan melalui media digital. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala *Likert* yang mengukur variabel kualitas konten edukasi kesehatan dan minat perilaku hidup sehat. Skor masing-masing variabel diperoleh dengan menghitung nilai rata-rata seluruh item pernyataan menggunakan Microsoft Excel. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak Jamovi. Hasil penelitian menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku hidup sehat ($B=0,829$; $p<0,001$). Temuan ini menunjukkan semakin baik kualitas konten edukasi kesehatan, semakin tinggi minat audiens untuk menerapkan perilaku hidup sehat. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya penyusunan konten edukasi kesehatan yang berkualitas sebagai bagian dari strategi komunikasi kesehatan di media digital.

Kata Kunci: Edukasi kesehatan, komunikasi kesehatan, kualitas konten, minat perilaku hidup sehat.

Abstract

The development of digital media has made health education content an important means of conveying health messages to the public. The quality of the content presented plays a role in determining the extent to which health messages can be accepted and influence the audience. This study aims to determine the effect of the quality of health education content on interest in healthy living behaviors. The study used a quantitative approach with a survey method involving 127 respondents who had viewed health education content through digital media. The research instrument was a *Likert* scale questionnaire that measured the variables of health education content quality and interest in healthy living behaviors. The scores for each variable were obtained by calculating the average value of all statement items using Microsoft Excel. Data analysis was performed using simple linear regression with the help of Jamovi software. The results showed a positive and significant effect on interest in healthy living behaviors ($B=0.829$; $p<0.001$). These findings indicate that the better the quality of health education content, the higher the audience's interest in adopting healthy living behaviors. This study also emphasizes the importance of developing quality health education content as part of a health communication strategy in digital media.

Keyword: Content quality, health education, interest in healthy living, health communication.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan sosial yang signifikan dalam cara masyarakat memperoleh dan memanfaatkan informasi. Saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga sebagai media dalam penyebaran informasi edukatif, termasuk informasi edukasi kesehatan. Kemudahan akses, kecepatan waktu respons, serta kemampuan media sosial dalam menyajikan konten berbasis visual menjadikan platform yang efektif untuk menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat (Kaplan & Haenlin, 2010).

Di bidang kesehatan, media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi kesehatan masyarakat, seperti informasi mengenai pola hidup sehat, pencegahan penyakit, serta promosi kesehatan yang semakin meluas penyebarannya melalui konten edukasi kesehatan di berbagai platform media sosial. WHO (2020), menekankan bahwa komunikasi kesehatan yang efektif melalui digital mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu kesehatan, terutama ketika pesan disampaikan secara jelas dan dapat dipercaya. Namun demikian, tingginya intensitas penyebaran informasi kesehatan di media sosial tidak selalu disertai kualitas konten yang memadai. Banyaknya informasi yang tidak akurat, tidak jelas sumbernya, atau informasi yang disampaikan secara berlebihan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman di kalangan pengguna sosial. Oleh karena itu, kualitas konten edukasi kesehatan menjadi faktor krusial dalam menentukan efektivitas pesan kesehatan yang diterima oleh audiens. Konten yang berkualitas dapat ditandai dengan kejelasan pesan yang disampaikan, daya tarik visual, kredibilitas sumber, relevansi dengan kebutuhan audiens dan konsistensi penyampaian (Belch & Belch, 2018).

Dalam perspektif komunikasi pemasaran, kualitas pesan memiliki pengaruh langsung terhadap respons audiens. Kotler & Keller (2016), menyatakan bahwa pesan yang dirancang dengan baik akan lebih mudah menarik perhatian, dipahami, serta dapat mempengaruhi sikap dan minat masyarakat. Konsep ini sejalan dengan komunikasi kesehatan, di mana keberhasilan pesan tidak hanya diukur dari sejauh mana informasi disampaikan, tetapi juga kemampuan pesan tersebut dalam mendorong perubahan sikap dan perilaku individu (Notoatmodjo, 2014). Minat perilaku hidup sehat merupakan psikologis awal sebelum individu benar-benar menerapkan perilaku sehat dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, minat (*intention*) merupakan faktor utama yang memprediksi terbentuknya suatu perilaku aktual (Ajzen, 1991). Paparan konten edukasi kesehatan yang berkualitas di media sosial diharapkan mampu meningkatkan minat individu untuk menjaga pola hidup sehat, seperti menjaga pola makan, melakukan aktivitas fisik, serta menghindari perilaku yang merugikan kesehatan individu.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan perilaku kesehatan masyarakat. Moorhead *et al.*, (2013) menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi sarana komunikasi kesehatan yang efektif apabila informasi yang disampaikan akurat dan menarik. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas konten edukasi kesehatan terhadap perilaku hidup sehat pada pengguna media sosial masih relatif terbatas, terutama dalam bidang ilmu komunikasi dan konsentrasi komunikasi pemasaran.

Berdasarkan pendahuluan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas konten edukasi kesehatan di media sosial terhadap minat perilaku hidup sehat pada pengguna media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan di bidang ilmu komunikasi pemasaran dan komunikasi kesehatan, serta kontribusi praktis bagi pembuat konten dan lembaga kesehatan dalam merancang konten edukasi yang efektif di media sosial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pengguna, baik secara individu maupun kelompok, melalui pertukaran pesan, informasi, dan konten multimedia. Kaplan & Haenlein (2010), mendefinisikan media sosial sebagai sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran

konten oleh pengguna. Dalam konteks ilmu komunikasi, media sosial dipandang sebagai saluran komunikasi yang memiliki karakteristik interaktif, partisipatif dan konvergen.

Keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya menjangkau audiens yang luas secara cepat serta memungkinkan audiens untuk berperan aktif sebagai penerima sekaligus penyebar informasi. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana strategis dalam komunikasi pemasaran dan komunikasi kesehatan, karena pesan dapat disampaikan secara persuasif dan berulang kepada target audiens (Kotler & Keller, 2016).

Komunikasi Kesehatan di Media Sosial

Komunikasi kesehatan merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku individu maupun masyarakat terkait isu kesehatan. Menurut WHO (2020), komunikasi kesehatan yang efektif harus mampu menyampaikan informasi yang akurat, mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan audiens. Media sosial menawarkan peluang besar dalam komunikasi kesehatan karena sifatnya yang visual, interaktif dan mudah diakses oleh semua kalangan masyarakat.

Moorhead *et al.*, (2013) menyatakan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana edukasi kesehatan yang efektif apabila digunakan secara tepat, terutama dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai perilaku hidup sehat. Namun, tantangan utama dalam komunikasi kesehatan di media sosial adalah kualitas informasi yang beredar sehingga diperlukan pengelolaan konten yang baik agar pesan kesehatan dapat diterima secara positif oleh audiens.

Konten Edukasi Kesehatan

Konten edukasi kesehatan adalah bentuk pesan komunikasi yang dibuat untuk memberikan informasi, pemahaman dan edukasi kepada audiens mengenai aspek-aspek kesehatan. Konten ini disajikan dalam berbagai format, seperti teks, gambar, video maupun infografis. Menurut Glanz *et al.*, (2008), konten edukasi kesehatan berperan penting dalam membentuk kesadaran dan minat individu terhadap perilaku hidup sehat.

Dalam konteks media sosial, konten edukasi kesehatan tidak hanya berfungsi sebagai penyimpanan informasi, tetapi juga sebagai sarana persuasi yang dapat mempengaruhi sikap dan minat audiens. Oleh karena itu, kualitas konten menjadi faktor kunci dalam menentukan efektivitas informasi kesehatan yang disampaikan.

Kualitas Konten Edukasi Kesehatan

Kualitas konten edukasi kesehatan merujuk pada sejauh mana pesan kesehatan disampaikan secara jelas, menarik, relevan dan dapat dipercaya. Belch & Belch (2018), menyebutkan bahwa kualitas pesan komunikasi dipengaruhi oleh beberapa aspek, antara lain kejelasan informasi atau pesan, daya tarik visual, kredibilitas sumber, relevansi pesan dengan audiens serta konsistensi penyampaian.

Kejelasan pesan berkaitan dengan kemampuan konten dalam menyampaikan informasi secara sederhana dan mudah dipahami. Daya tarik visual mencakup penggunaan elemen visual yang mampu menarik perhatian audiens. Kredibilitas sumber berkaitan dengan tingkat kepercayaan audiens terhadap pembuat atau penyampai pesan. Relevansi konten menunjukkan kesesuaian pesan dengan kebutuhan audiens, sedangkan konsistensi penyampaian mencerminkan kesinambungan pesan yang disampaikan secara berulang (Kotler & Keller, 2016).

Kualitas Konten dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran

Dalam komunikasi pemasaran, kualitas pesan merupakan faktor penting yang mempengaruhi respons audiens terhadap suatu produk, jasa atau ide. Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa pesan pemasaran yang berkualitas akan meningkatkan perhatian, pemahaman dan minat audiens. Prinsip ini juga berlaku dalam penyampaian pesan

kesehatan di media sosial, dimana konten edukasi kesehatan diposisikan sebagai pesan pemasaran sosial (*social marketing*) yang bertujuan mendorong perubahan perilaku.

Komunikasi pemasaran sosial menekankan penggunaan strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku individu demi kepentingan sosial, termasuk kesehatan. Oleh karena itu, kualitas konten edukasi kesehatan di media sosial harus dirancang secara strategis agar mampu menarik perhatian dan membangun minat perilaku hidup sehat.

Minat dalam Perspektif Psikologi dan Komunikasi

Minat merupakan kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu sebagai hasil dari proses kognitif dan afektif. Ajzen (1991), melalui *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa minat merupakan faktor penentu utama terbentuknya perilaku aktual. Minat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.

Dalam konteks kesehatan, minat perilaku hidup sehat mencerminkan keinginan individu untuk menjaga kesehatan melalui pola hidup sehat, aktivitas fisik, serta penghindaran perilaku berisiko. Notoatmodjo (2014) menyatakan juga bahwa minat menjadi tahap awal sebelum seseorang benar-benar menerapkan perilaku hidup sehat secara konsisten.

Perilaku Hidup Sehat

Perilaku hidup sehat merupakan langkah dari tindakan yang dilakukan individu untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan fisik dan mental. Glanz *et al.*, (2008) menjelaskan bahwa perilaku hidup sehat meliputi kebiasaan menjaga pola makan, berolahraga, istirahat cukup serta menghindari kebiasaan yang merugikan kesehatan. Melalui media sosial, konten edukasi kesehatan memiliki potensi besar dalam membentuk minat dan kesadaran individu terhadap pentingnya perilaku hidup sehat.

Hubungan Antar Variabel Kualitas Konten Edukasi Kesehatan dan Minat Perilaku Hidup Sehat

Kualitas konten edukasi kesehatan di media sosial diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku hidup sehat. Konten yang disampaikan secara jelas, menarik dan kredibel akan lebih mudah dipahami dan dipercaya oleh audiens, sehingga meningkatkan minat untuk menerapkan informasi kesehatan dalam kehidupan sehari-hari (Moorhead *et al.*, 2013). Dalam kerangka komunikasi pemasaran, kualitas pesan berperan sebagai motivasi yang mempengaruhi respons audiens berupa minat perilaku (Kotler & Keller, 2016).

Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian sebelumnya, data dapat disusun dengan kerangka pemikiran penelitian yang menggambarkan hubungan antara kualitas konten edukasi kesehatan di media sosial sebagai variabel independen dan minat perilaku hidup sehat sebagai variabel dependen. Kualitas konten edukasi kesehatan yang baik diharapkan mampu meningkatkan minat pengguna media sosial untuk menerapkan perilaku hidup sehat.

3. HIPOTESIS PENELITIAN

H0, Kualitas konten edukasi kesehatan di media sosial tidak berpengaruh terhadap minat perilaku hidup sehat pada pengguna media sosial.

H1, Kualitas konten edukasi kesehatan di media sosial berpengaruh terhadap minat perilaku hidup sehat pada pengguna media sosial.

4. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji

pengaruh kualitas konten edukasi kesehatan di media sosial terhadap minat perilaku hidup sehat pada pengguna media sosial melalui pengukuran data numerik dan analisis statistik. Penelitian eksplanatif digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen yang diteliti.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara daring atau online dengan memanfaatkan platform Google Form sebagai media penyebaran kuesioner. Pengumpulan data dilakukan selama periode tanggal 01 Januari 2026 s.d. 06 Januari 2026. Pemilihan metode daring ini dilakukan untuk menjangkau responden yang lebih luas serta menyesuaikan dengan karakteristik pengguna media sosial.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna media sosial yang pernah mendapatkan atau melihat konten edukasi kesehatan di media sosial. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria inklusi responden sebagai berikut:

- a. Aktif menggunakan media sosial
- b. Pernah melihat konten edukasi kesehatan
- c. Bersedia mengisi kuesioner penelitian

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah ≤ 100 responden, yang dinilai telah memenuhi syarat minimal untuk analisis statistik dalam penelitian kuantitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Kuesioner disebarkan secara daring melalui Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria inklusi. Instrumen penelitian ini menggunakan skala *Likert* lima (5) poin, dengan kategori sebagai berikut:

- a. 1 = Sangat tidak setuju
- b. 2 = Tidak setuju
- c. 3 = Netral
- d. 4 = Setuju
- e. 5 = Sangat setuju

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

a. Variabel Independen (X)

Kualitas Konten Edukasi Kesehatan di Media Sosial, variabel ini diukur oleh lima (5) indikator, yaitu:

- 1) Kejelasan pesan
- 2) Daya tarik visual
- 3) Kredibilitas sumber
- 4) Relevansi konten
- 5) Konsistensi penyampaian

b. Variabel Dependen (Y)

Minat Perilaku Hidup Sehat, variabel ini diukur melalui lima (5) indikator, yaitu:

- 1) Minat menerapkan pola hidup sehat
- 2) Minat menjaga pola makan
- 3) Minat berolahraga
- 4) Minat menghindari perilaku tidak sehat

5) Minat mencari informasi kesehatan lanjutan

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas ini dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* antara skor item dengan skor total variabel. Item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikan $< 0,05$ (Sugiyono, 2019).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas instrumen ini dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ (Ghozali, 2018).

c. Uji Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik instrumen penelitian yang digunakan, khususnya terkait dengan skala pengukuran dan sebaran skor jawaban responden. Analisis deskriptif dilakukan terhadap skor total masing-masing variabel yang diperoleh dari jawaban responden menggunakan skala *Likert* lima (5) poin, dengan rentang skor 1 sampai 5.

d. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas konten edukasi kesehatan terhadap minat perilaku hidup sehat. Analisis dilakukan menggunakan skor komposit masing-masing variabel (Total X dan Total Y) dengan bantuan perangkat lunak Jamovi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Data yang diperoleh dari kuesioner terlebih dahulu dilakukan proses pengolahan dan pengkodean. Skor masing-masing variabel dihitung dengan cara menentukan nilai rata-rata dari seluruh item pernyataan pada setiap variabel menggunakan Microsoft Excel. Skor rata-rata tersebut selanjutnya digunakan sebagai skor komposit variabel penelitian.

Selanjutnya, dilakukan uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui kelayakan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikan $< 0,05$. Sedangkan, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengukur konsistensi instrumen, dengan kriteria nilai *Alpha* $\geq 0,70$ sebagai indikator reliabilitas instrumen.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, data dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas konten edukasi kesehatan terhadap minat perilaku hidup sehat. Analisis regresi dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Jamovi. Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai signifikansi (p-value) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai $p < 0,05$, maka hipotesis penelitian diterima.

5. HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 127 responden yang mengisi kuesioner secara daring. Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai subjek penelitian. Penyajian karakteristik responden penting untuk menunjukkan konteks penelitian dan keragaman latar belakang responden yang terlibat (Sugiyono, 2019).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	78	61,4
	Laki-Laki	49	38,6
Usia	17-25 tahun	89	70,1
	> 25 tahun	38	29,9
Total		127	100

Uji Validitas

Berdasarkan hasil, diperoleh bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas konten edukasi kesehatan dan minat perilaku hidup sehat memiliki nilai *Pearson's* lebih besar dari nilai *r* tabel sebesar 0,173 dengan nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel yang diukurnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	<i>Pearson's r</i>	df	<i>p-value</i>	Keterangan
Kualitas Konten Edukasi Kesehatan (X) - Minat Perilaku Hidup Sehat (Y)	0,835	125	<0,001	Valid

Uji Realibilitas

Pada uji realibilitas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,725 untuk variabel kualitas konten edukasi kesehatan, dan 0,776 untuk variabel minat perilaku hidup sehat. Nilai ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat realibilitas yang baik, karena telah memenuhi kriteria realibilitas yang ditetapkan.

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Variabel X (Kualitas Konten Edukasi Kesehatan)	0,725
Variabel Y (Minat Perilaku Hidup Sehat)	0,776

Uji Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 127 responden, dan tidak terdapat data yang hilang (*missing value*). Variabel kualitas konten edukasi kesehatan (X) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,05 dengan standar deviasi sebesar 0,518. Nilai ini menunjukkan bahwa secara umum responden menilai kualitas konten edukasi kesehatan yang responden terima berada pada kategori tinggi. Sementara itu, variabel minat perilaku hidup sehat (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,10

dengan standar deviasi 0,514 yang menunjukkan bahwa responden memiliki minat yang tinggi terhadap penerapan perilaku hidup sehat.

Nilai standar deviasi yang relatif kecil pada kedua variabel menunjukkan bahwa data responden cenderung homogen dan tidak memiliki penyebaran yang teralalu jauh dari nilai rata-rata.

Tabel 4. Hasil Uji Deskriptif

	Total X	Total Y
N	127	127
Missing	0	0
Mean	4.05	4.10
95% CI mean lower bound	3.96	4.01
95% CI mean upper bound	4.14	4.19
Median	4.20	4.20
Mode	4.40	4.20 ^a
Sum	515	521
Standard deviation	0.518	0.514
Minimum	1.00	1.00
Maximum	5.00	5.00

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan dengan hasil analisis regresi yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik, yang ditunjukkan oleh nilai $F = 287$ dengan $p\text{-value} < 0,001$. Berdasarkan hasil uji koefisien regresi, diperoleh nilai koefisien regresi (B) untuk variabel kualitas konten edukasi kesehatan sebesar 0,829 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten edukasi kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku hidup sehat. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada kualitas konten edukasi kesehatan akan meningkatkan minat perilaku hidup sehat sebesar 0,829 satuan.

Selain itu, nilai konstanta (*intercept*) sebesar 0,742 menunjukkan bahwa ketika kualitas konten edukasi kesehatan bernilai nol (0), maka nilai minat perilaku hidup sehat berada pada angka tersebut. Dengan demikian, kualitas konten edukasi kesehatan merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat perilaku hidup sehat.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Total X	23.2	1	23.2351	287	<.001

Residuals 10.1 125 0.0809

Tabel 6. Hasil Uji Regresi

95% Confidence Interval						
<i>Predictor</i>	(B) <i>Estimate</i>	SE	<i>Lower</i> <i>r</i>	<i>Upper</i> <i>r</i>	t	p
<i>Intercept</i>	0.742	0.1997	0.346	1.137	3.71	<.001
Total X (Kualitas konten edukasi kesehatan)	0.829	0.0489	0.732	0.925	16.95	<.001

6. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas konten edukasi kesehatan terhadap perilaku hidup sehat. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, instrumen penelitian menunjukkan nilai rata-rata yang relatif tinggi dengan sebaran data yang stabil. Variabel kualitas konten edukasi kesehatan memiliki nilai mean sebesar 4,05 dengan standar deviasi 0,518, sedangkan variabel minat perilaku hidup sehat memiliki nilai mean 4,10 dengan standar deviasi 0,514. Nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa jawaban responden cenderung homogen, sehingga instrumen dapat merepresentasikan persepsi responden secara konsisten.

Hasil uji validitas menggunakan korelasi *Pearson* menunjukkan bahwa skor total variabel kualitas konten edukasi kesehatan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan skor total variabel minat perilaku hidup sehat ($r = 0,835$; $p < 0,001$). Temuan ini mengindikasikan bahwa item pernyataan yang digunakan dalam instrumen mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat. Selain itu, uji realibilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,725 untuk variabel kualitas konten edukasi kesehatan dan 0,776 untuk variabel minat perilaku hidup sehat, yang keduanya berada diatas batas minimal 0,70. Hal ini menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan layak digunakan untuk analisis lanjutan.

Selanjutnya, hasil analisis regresi linear sederhana juga menunjukkan bahwa kualitas variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Nilai koefisien regresi (*estimate*) sebesar 0,829 dengan nilai t sebesar 16,95 dan signifikansi $p < 0,001$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas konten edukasi kesehatan akan diikuti dengan peningkatan minat perilaku hidup sehat. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa kualitas informasi kesehatan yang disajikan secara menarik, relevan dan dapat dipercaya memiliki peran penting dalam membentuk minat individu terhadap perilaku hidup sehat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pesan dan desain konten edukasi kesehatan berpengaruh terhadap sikap dan minat individu dalam menerapkan perilaku hidup sehat. Konten edukasi yang informasinya mudah dipahami, serta disampaikan secara visual menarik mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan mendorong perubahan sikap ke arah yang lebih positif. Dengan demikian, kualitas konten edukasi kesehatan dapat dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam strategi promosi kesehatan, khususnya pada media digital.

7. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas konten edukasi kesehatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku hidup sehat. Instrumen penelitian telah terbukti valid dan reliabel, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar analisis yang kuat. Hasil analisis regresi linear menunjukkan

bahwa peningkatan kualitas konten edukasi kesehatan berkontribusi secara positif terhadap peningkatan minat individu dalam menerapkan perilaku hidup sehat.

Temuan ini menegaskan pentingnya penyusunan dan penyajian konten edukasi kesehatan yang berkualitas sebagai upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap perilaku hidup sehat. Oleh karena itu, pihak yang terlibat dalam penyebaran informasi kesehatan, khususnya melalui media digital diharapkan dapat memperhatikan aspek kualitas konten agar pesan kesehatan dapat diterima dan dipahami secara optimal oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ali, M. (2024). *The Creation of Health Content on Social Media to Attract Public Interest in Health Literacy*. Jurnal Jaminan Kesehatan Nasional. https://jurnal-jkn.bpjs-kesehatan.go.id/index.php/jjkn/article/view/217?utm_source=chatgpt.com
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology*. Pew Research Center, 1-15. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Basil, M. D., & Brown, W. J. (2019). *Health Communication*. *Journal of Communication* 69(4), 432-448. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Chen, J., Wang, Y., & Li, Y. (2020). *The Influence of Social Media Health Content on Health Behavior Intention*. *Journal of Health Communication*, 35(8), 1003-1012. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1606138>
- Cho, H., Silver, N., & Na, K. (2018). *Visual Persuasion in Health Communication*. *Journal of Health Communication*, 33(7), 934-943. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1606138>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (Edisi ke-9)*. Badann Penerbit Universitas Diponegoro. <https://eprints.undip.ac.id/>
- Kim, S., & Yoo, J. (2020). *The Role of Message quality in Online Health Communication*. *Journal of Health Communication*, 25(1), 1-10. <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1707726>
- Korda, H., & Itani, Z. (2013). *Harnessing Social Media for Health Promotion and Behavior Change*. *Health Promotion Practice*, 14(1), 15-23.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/principles-of-marketing/P200000003295>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000006643>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass Communication Theory (6th ed.)*. Sage Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/mcquails-mass-communication-theory/book234996>
- Notoatmodjo, S. (2014). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. <https://opac.perpusnas.go.id/>
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and attitudes in the 21st Century (6th ed.)*. Routledge. <https://www.routledge.com/The-Dynamics-of-Persuasion/Perloff/p/book/9781138292357>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. Free Press. <https://books.google.com/books?id=9U1K5LjUOWEC>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://penerbitalfabeta.com/>
- Taiminen, H & Karjalainen, H. (2015). *The Usage of Digital Marketing Channels in Health Campaigns*. *Journal of Marketing Management*, 31(5-6). 569-593. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1019947>
- Walter, N., Murphy, S. T., & Gilling, T. K. (2018). *How Visual Design Affects Engagement in Health Messages*. *Health Communication*, 33(9), 1157-1167. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1339379>
- World Health Organization (WHO). (2016). *Digital Media and Health Promotion*. *Bulletin of the WHO*, 94(7), 485-486. <https://www.who.int/publications/i/item/BLT.16.173948>