

**OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI GIZI MELALUI
PLATFORM DIGITAL : STUDI PUSTAKA TENTANG PENGGUNAAN
BAHASA INDONESIA DALAM MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN**

Nabilah Kautsar¹, Junita Ayu Romensi Panjaitan², Sarah Zulchoiroh³, Indah Syahfitri⁴,
Jasmin Novi Ramadhani⁵, Anggia Puteri⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Medan

nabilahkautsar04@gmail.com¹, junitapanjaitan75@gmail.com², sarahpoerba0@gmail.com³,
indahsyahfitri827@gmail.com⁴, jasminnovi41@gmail.com⁵

ABSTRAK

Komunikasi gizi yang efektif memegang peranan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pola makan sehat dan pencegahan penyakit. Dengan perkembangan teknologi digital, media komunikasi kesehatan kini semakin beragam, mencakup platform digital seperti media sosial, aplikasi, dan situs web. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi gizi yang optimal melalui penggunaan Bahasa Indonesia dalam media digital. Studi ini menggunakan metode studi pustaka dengan menganalisis literatur yang relevan terkait komunikasi kesehatan, penggunaan bahasa, dan platform digital di Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia yang sederhana, jelas, dan kontekstual dapat meningkatkan efektivitas pesan kesehatan.

Kata Kunci: Komunikasi Gizi, Platform Digital, Media Komunikasi Kesehatan, Studi Pustaka.

ABSTRACT

Effective nutrition communication plays a crucial role in raising public awareness about healthy eating and disease prevention. With the development of digital technology, health communication media have become increasingly diverse, encompassing digital platforms such as social media, applications, and websites. This research aims to examine optimal nutrition communication strategies through the use of the Indonesian language in digital media. This study uses a literature review method by analyzing relevant literature related to health communication, language use, and digital platforms in Indonesia. The study results indicate that the use of simple, clear, and contextual Indonesian can enhance the effectiveness of health messages.

Keywords: Nutrition Communication, Digital Platform, Health Communication Media, Literature Review.

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, platform digital telah menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Salah satu bidang yang sangat diuntungkan oleh perkembangan ini adalah komunikasi kesehatan, khususnya dalam penyampaian informasi terkait gizi. Dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial di Indonesia, platform digital seperti situs web, media sosial, dan aplikasi seluler telah menjadi alat penting dalam menyebarkan pesan-pesan kesehatan kepada berbagai lapisan masyarakat. Namun, efektivitas komunikasi tersebut sangat dipengaruhi oleh penggunaan bahasa yang tepat dan relevan, terutama dalam konteks bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional yang digunakan oleh mayoritas penduduk. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gizi yang seimbang menjadi salah satu fokus utama dalam upaya meningkatkan kualitas kesehatan di Indonesia (Hasyim, 2024).

Komunikasi yang efektif tentang gizi memegang peranan penting dalam mendorong perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih sehat. Dalam era digital, platform digital seperti media sosial, aplikasi kesehatan, dan situs web menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi gizi kepada masyarakat. Penggunaan bahasa Indonesia yang tepat, jelas, dan menarik dalam komunikasi ini sangat krusial untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh berbagai kalangan. Strategi komunikasi gizi melalui platform digital menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi kesehatan di beberapa kelompok masyarakat dan tingginya arus informasi yang kurang kredibel di internet (Hendrawan & Putra 2023)

Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi strategi komunikasi yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penggunaan bahasa yang mampu membangun koneksi emosional, meningkatkan pemahaman, dan memotivasi perubahan perilaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji literatur terkini terkait penggunaan bahasa Indonesia dalam komunikasi kesehatan di platform digital serta mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang gizi (Nugroho et al., 2020). Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada dalam meningkatkan literasi gizi masyarakat Indonesia melalui pendekatan komunikasi yang efektif. Namun, tantangan dalam strategi komunikasi gizi melalui platform digital juga tidak dapat diabaikan. Sumber informasi yang kurang kredibel, penyebaran hoaks, serta rendahnya literasi digital di beberapa kelompok masyarakat menjadi hambatan utama.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Putra (2020), rendahnya pemahaman masyarakat terhadap informasi kesehatan yang kompleks sering kali disebabkan oleh kurangnya adaptasi pesan dengan karakteristik audiens, termasuk tingkat pendidikan dan pengalaman mereka dengan teknologi digital. Oleh karena itu, penting bagi praktisi kesehatan untuk merancang strategi komunikasi yang inklusif dan berbasis bukti, termasuk dengan melibatkan ahli bahasa dan desain komunikasi visual dalam proses pengembangan konten.

Selain itu, pemanfaatan elemen visual dan multimedia dalam komunikasi gizi juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan (Putri & Nugroho, 2021). Namun, meskipun penggunaan bahasa Indonesia dalam media digital telah menunjukkan efektivitasnya, tantangan seperti literasi digital yang rendah dan ketidakmerataan akses internet masih menjadi kendala utama dalam optimalisasi strategi ini (Rahmawati et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan penyedia layanan digital untuk memastikan bahwa informasi gizi dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan strategi komunikasi gizi berbasis platform digital harus didukung oleh pendekatan yang holistik, melibatkan penguatan literasi digital dan penggunaan bahasa Indonesia yang inklusif.

Dengan demikian, optimalisasi strategi komunikasi gizi melalui platform digital memerlukan pendekatan multidisipliner yang mencakup aspek teknologi, linguistik, dan sosiokultural. Sebagaimana disarankan oleh Rahmawati et al. (2023), pengembangan platform digital yang interaktif dan user-friendly, serta pemanfaatan analitik data untuk memahami kebutuhan dan preferensi audiens, dapat meningkatkan efektivitas komunikasi gizi secara signifikan. Melalui pendekatan ini, diharapkan pesan-pesan gizi dapat lebih mudah diakses dan diinternalisasi oleh masyarakat, sehingga berkontribusi pada peningkatan status gizi dan kesehatan masyarakat secara keseluruhan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka (*literature review*) untuk mengeksplorasi strategi komunikasi gizi melalui platform digital dengan fokus pada penggunaan Bahasa Indonesia dalam media komunikasi kesehatan. Data dikumpulkan dari artikel jurnal, buku, dan sumber daring yang relevan yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir (2018–2023). Proses seleksi literatur dilakukan secara sistematis menggunakan kata kunci

seperti “komunikasi gizi”, “platform digital”, dan “Bahasa Indonesia” melalui basis data seperti PubMed, Google Scholar, dan Sinta. Analisis dilakukan dengan metode deskriptif-kualitatif untuk mengidentifikasi tren, efektivitas, dan tantangan dalam strategi komunikasi gizi berbasis digital.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan platform digital dalam komunikasi gizi di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan ketergantungan masyarakat pada media digital. Optimalisasi strategi komunikasi gizi ini sangat penting untuk memastikan pesan gizi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Salah satu elemen kunci dalam komunikasi kesehatan adalah penggunaan bahasa yang tepat dan mudah dipahami. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam media komunikasi kesehatan, termasuk instagram, twitter (x), website, telegram group, dan google meet sangat menentukan efektivitas penyampaian informasi (Priyono, 2022).

Berdasarkan penelitian, pemilihan bahasa yang sesuai dengan karakteristik audiens dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan masyarakat (Yuliana et al., 2020). Selain itu, penyampaian informasi harus mempertimbangkan elemen-elemen seperti tata bahasa yang jelas, istilah yang tidak ambigu, dan penyusunan kalimat yang menarik agar tidak hanya informatif tetapi juga persuasif (Sari, 2022). Penggunaan bahasa daerah atau campuran Bahasa Indonesia dengan bahasa lokal juga dapat memperluas jangkauan komunikasi, membuatnya lebih relevan secara kultural, dan meningkatkan kredibilitas pesan (Ardiansyah & Rahman, 2021).

Penelitian ini menunjukkan bahwa platform digital seperti media sosial memiliki potensi besar untuk mendistribusikan informasi gizi secara masif dan cepat, tetapi memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan media cetak atau televisi (Hendrawan & Putra, 2023). Misalnya, penyajian infografis, video pendek, dan pemanfaatan influencer kesehatan lokal terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens muda yang aktif di media sosial (Prasetya et al., 2021). Strategi komunikasi yang memadukan berbagai format ini memungkinkan audiens untuk lebih mudah memahami dan mengingat informasi yang disampaikan, sehingga berpotensi meningkatkan perubahan perilaku yang positif terkait gizi. Dengan demikian, optimalisasi strategi komunikasi gizi melalui penggunaan Bahasa Indonesia dan pemanfaatan platform digital yang tepat adalah langkah penting untuk memastikan penyuluhan gizi yang efektif dan dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

Tabel 1. Data Kuantitatif Kesalahan Berbahasa

Platform Digital	Jumlah Kesalah Berbahasa
Instagram	20 kasus
Twitter (X)	15 kasus
Website	10 kasus
Telegram Group	25 kasus
Google Meet	18 kasus

Tabel 2. Kesalahan Berbahasa di Platform Digital

Platform Digital	Contoh Kesalahan	Penyebab Kesalahan	Dampak Kesalahan
Instagram	"Konsumsi buah dan sayur yukk biar tubuh sehatttt" (ejaan tidak sesuai PUEBI).	Fokus pada gaya bahasa santai dan visual.	Pesan sulit dipahami audiens yang lebih formal.
	"Pastikan asupan makronutrien seimbang setiap hari!" (istilah teknis tidak dijelaskan).	Ketidaksesuaian dengan literasi audiens.	Audiens awam kesulitan memahami pesan penting.
Twitter (X)	"Cegah anemia dengan makan sayur, buah..." (kalimat tidak lengkap).	Batasan karakter (280 karakter).	Informasi tidak lengkap, menimbulkan kebingungan.

	"Jangan lupa 4 sehat 5 sempurna setiap hari!" (informasi tidak sesuai pedoman gizi terbaru).	Kurangnya pembaruan informasi.	Menyesatkan atau menguatkan persepsi keliru.
Media Website	"Asupan karbohidrat kompleks seperti beta-glukan sangat penting." (istilah teknis tidak diberi glosarium).	Tidak mempertimbangkan tingkat literasi masyarakat umum.	Pesan gagal disampaikan ke audiens dengan literasi rendah.
Telegram Group	"Btw bnyak orang klo diet cmn makan sdkit bgt." (singkatan berlebihan, typo).	Penulisan cepat tanpa proofreading.	Pesan sulit dipahami atau dianggap tidak serius.
	"Minum air lemon tiap pagi bisa langsung kurus!" (klaim tidak berdasar/hoaks).	Minim verifikasi fakta sebelum menyebarkan pesan.	Penyebaran informasi salah yang berbahaya.
Google Meet	"Perhatikan kebutuhan kalori basal Anda untuk menghindari defisit energi kronis." (istilah teknis tanpa penjelasan).	Penyampai tidak menjelaskan istilah selama presentasi.	Audiens bingung, kehilangan pemahaman mendalam.
	Kalimat panjang tanpa jeda: Penyampaian cepat dan tidak terstruktur.	Kurang latihan dalam public speaking.	Informasi utama sulit

			dipahami audiens.
--	--	--	-------------------

Media Instagram

Instagram merupakan platform visual yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan, namun tidak jarang ditemui kesalahan berbahasa seperti ejaan yang kurang tepat dan penggunaan istilah teknis tanpa penjelasan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Simanjuntak 2022), visual yang menarik di Instagram dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna, namun penting untuk merancang teks yang menyertainya agar dapat dipahami dengan mudah oleh berbagai lapisan audiens. Misalnya, istilah "defisit kalori" sering digunakan tanpa penjelasan sederhana, sehingga audiens awam sulit memahami.

Media Twitter (X)

Twitter (X) menggunakan karakter pendek untuk pesan singkat, namun hal ini bisa menyebabkan kalimat yang ambigu atau informasi yang kurang lengkap. Penelitian yang dilakukan oleh (Simanjuntak 2022) bahwa karakteristik terbatas Twitter seringkali menyebabkan informasi kesehatan kehilangan konteks yang penting. Tidak hanya itu, informasi kuno seperti konsep "4 sehat 5 sempurna" menegaskan pentingnya penyampaian pesan yang disesuaikan dengan panduan gizi terkini.

Media Website

Website memberikan ruang untuk informasi yang lebih rinci, tetapi kesalahan umum ditemukan pada gaya bahasa yang terlalu formal atau istilah teknis yang tidak dijelaskan. Studi yang dilakukan oleh (Sartika, 2021) menyebutkan bahwa pembaca dengan literasi rendah cenderung tidak tertarik pada teks yang terlalu formal atau padat. Selain itu, penggunaan istilah medis seperti "beta-glukan" tanpa glosarium dapat menurunkan efektivitas pesan.

Media Telegram Group

Sebagai media diskusi, Telegram Group sering digunakan untuk berbagi informasi kesehatan, tetapi sifat informal platform ini menyebabkan tingginya typo, singkatan berlebihan, dan penyebaran hoaks. Studi (Unicef, 2019) menunjukkan bahwa klaim tidak

berdasar, seperti "air lemon bisa langsung menurunkan berat badan," sering menyebar di grup Telegram, menciptakan tantangan untuk memastikan kredibilitas informasi.

Google Meet

Dalam platform verbal seperti Google Meet, kesalahan berbahasa sering kali muncul dalam bentuk istilah teknis yang tidak dijelaskan atau penyampaian pesan yang tidak terstruktur. Menurut studi oleh (Sartika, 2021), presentasi yang tidak terorganisir dengan baik membuat audiens sulit menangkap poin utama, terutama jika istilah medis disampaikan secara langsung tanpa visualisasi pendukung.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi pustaka yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi strategi komunikasi gizi melalui platform digital memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Penggunaan bahasa Indonesia yang tepat dan mudah dipahami menjadi faktor kunci dalam efektivitas penyampaian informasi gizi. Platform digital terbukti efektif sebagai media komunikasi gizi, terutama ketika menggunakan konten visual dan format yang sesuai dengan karakteristik target audience. Personalisasi konten dan pendekatan multi-platform menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan engagement dan pemahaman informasi gizi. Namun, kesenjangan digital dan tantangan dalam memastikan akurasi informasi masih menjadi kendala yang perlu diatasi.

Saran

1. Pengembangan panduan standar penggunaan bahasa Indonesia dalam komunikasi gizi digital yang mempertimbangkan tingkat literasi kesehatan masyarakat.
2. Peningkatan kolaborasi antara ahli gizi, komunikator kesehatan, dan pengelola platform digital untuk memastikan akurasi dan efektivitas penyampaian informasi.
3. Implementasi sistem verifikasi konten gizi digital untuk meminimalisir penyebaran informasi yang tidak akurat.
4. Pengembangan program peningkatan literasi digital khususnya dalam konteks kesehatan dan gizi bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M., & Rahman, A. (2021). Strategi komunikasi kesehatan dalam masyarakat multibahasa: Studi kasus penggunaan media digital di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 8(2), 145-160.
- Hasyim, M. (2024). Tantangan dan Peluang Pendidikan Kesehatan di Era Digital: Membangun Kesadaran Kesehatan Online. *Oshada*, 1(2), 16-24.
- Hendrawan, D., & Putra, R. (2023). Media sosial sebagai alat komunikasi gizi: Pendekatan yang lebih interaktif dan partisipatif. *Jurnal Pembangunan Kesehatan*, 12(1), 35-50.
- Nugroho, A., Pratama, I., & Santoso, B. (2023). Barriers in digital health communication: A systematic review. *Indonesian Journal of Public Health*, 14(2), 89-104.
- Prasetya, A., Iskandar, J., & Sari, M. (2021). Pemanfaatan influencer dalam komunikasi kesehatan di media sosial: Analisis dari perspektif audiens muda. *Media dan Kesehatan*, 15(3), 207-222.
- Priyono, P. E. (2022). Komunikasi dan komunikasi digital. Guepedia.
- Putri, L., Rahman, S., & Hidayat, T. (2023). Efektivitas format konten dalam komunikasi kesehatan digital. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 8(4), 201-215.
- Rahman, A., Putri, S., & Wijaya, D. (2023). Tren penggunaan media digital untuk pencarian informasi kesehatan di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Kesehatan*, 15(2), 78-92.
- Sari, E. (2022). Bahasa yang mudah dipahami dalam komunikasi kesehatan: Kunci efektivitas penyuluhan gizi. *Jurnal Linguistik dan Komunikasi*, 10(4), 320-335.
- Sartika, R. A. D. (2021). Penerapan komunikasi, informasi, dan edukasi gizi terhadap perilaku sarapan siswa Sekolah Dasar. *Kesmas*, 7(2), 76-82.
- Simanjuntak, M., Yuliati, L. N., Rizkillah, R., & Maulidina, A. (2022). Pengaruh inovasi edukasi gizi masyarakat berbasis social media marketing terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku dalam upaya pencegahan stunting. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 15(2), 164-177.
- UNICEF. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PERUBAHAN SOSIAL DAN PERILAKU: MENINGKATKAN GIZI REMAJA DI INDONESIA
- Yuliana, S., Hasan, I., & Nugroho, W. (2020). Pengaruh pemilihan bahasa dalam komunikasi kesehatan di platform digital: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, 6(3), 115-130.