

Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Awareness Oleh Akun Instagram @PCOSFIGHTERINDONESIA

¹Shaumiya Rahmi Alno Putri, ²Yasir, ³Anuar Rasyid

¹²³Universitas Riau

Korespondensi : shaumiyarahmi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kesehatan reproduksi yang diterapkan oleh akun Instagram @pcosfighterindonesia dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan kesehatan reproduksi pada wanita penderita PCOS. Di tengah tingginya prevalensi PCOS yang berdampak tidak hanya pada kesehatan fisik tetapi juga kesehatan mental. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan analisis teks media. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik akun dan followers, observasi konten digital, serta analisis dokumentasi yang mencakup infografis, video pendek, dan interaksi pada fitur Instagram seperti live streaming dan sesi tanya jawab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi penyampaian pesan dilakukan melalui pendekatan edukatif yang sederhana namun empatik, penggunaan narasi personal dari penyintas (testimoni), dan kolaborasi dengan tenaga kesehatan profesional. Pesan disampaikan secara persuasif, tidak menggurui, dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens. (2) Saluran media yang digunakan secara dominan adalah fitur feed untuk edukasi visual, story untuk pengingat cepat dan interaksi ringan, serta live session untuk diskusi langsung yang mendalam. Strategi ini disesuaikan dengan perilaku konsumsi media perempuan usia produktif sebagai target audiens. (3) Dampak dari komunikasi akun ini mencakup peningkatan pemahaman tentang PCOS (kognitif), tumbuhnya empati dan rasa kebersamaan dalam komunitas digital (afektif), serta perubahan perilaku ke arah hidup sehat seperti pola makan, olahraga, dan konsultasi medis rutin (konatif).

Kata kunci : Komunikasi Kesehatan, PCOS, Media Sosial, Instagram, Edukasi Reproduksi.

Abstract

This study aims to analyze the reproductive health communication strategies employed by the Instagram account @pcosfighterindonesia in enhancing awareness and knowledge of reproductive health among women suffering from PCOS. Amid the high prevalence of PCOS, which impacts not only physical but also mental health. This study employs a qualitative approach using descriptive methods and media text analysis. Data were collected through in-depth interviews with the account owner and followers, digital content observation, and documentation analysis, which included infographics, short videos, and interactions via Instagram features such as live streaming and Q&A sessions. The results of the study show that (1) the message delivery strategy is carried out through a simple but empathetic educational approach, the use of personal narratives from survivors (testimonials), and collaboration with health professionals. The message is conveyed persuasively, not patronizing, and tailored to the needs of the audience. (2) The media channels used are predominantly feed features for visual education, stories for quick reminders and light interactions, and live sessions for in-depth live discussions. This strategy is adjusted to the media consumption behavior of women of productive age as the target audience. (3) The impact of this account communication includes increased understanding of PCOS (cognitive), the growth of empathy and a sense of community in the digital community (affective), as well as behavioral changes towards healthy living such as diet, exercise, and routine medical consultation.

Keyword: Health Communication, PCOS, Social Media, Instagram, Reproductive Health Education

1. PENDAHULUAN

Informasi adalah salah satu hal terpenting di kehidupan manusia, banyak hal yang dilakukan oleh manusia yang diawali atau didasari dari sebuah informasi. Sebagai penambahan dari ilmu pengetahuan, dan sebagai salah satu kebutuhan manusia, informasi terdiri dari berbagai jenis, yaitu ada informasi mengenai pendidikan, politik, kesehatan, dan lain sebagainya. Kemudian, dengan perkembangan teknologi yang terus berjalan dan semakin maju, akan sangat bermanfaat dalam mempermudah kegiatan dan pekerjaan manusia, salah satunya dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Orang-orang akan dengan mudah dan cepat menemukan segala informasi yang mereka butuhkan (Maulida & Safrida, 2020).

Salah satu temuan teknologi yang banyak mengubah kehidupan manusia di dunia ialah internet. Internet, yang merupakan kependekan dari interconnected network adalah jaringan komunikasi elektronik yang mengkoneksikan jaringan komputer dengan fasilitas komputer seluruh dunia. Adanya internet inilah, yang memungkinkan informasi mengenai pengetahuan seksual mudah didapat dan ditemukan dengan mudah oleh masyarakat Indonesia, internet juga yang dapat menyebarkan bahwa informasi mengenai hal tersebut tidak tabu dan wajar dipelajari dan dipahami oleh masyarakat. Apalagi di era sekarang dimana media sosial sangat berpengaruh dalam penyebaran informasi (Ahmadi, 2020).

Salah satu kemajuan teknologi muncul media berbasis internet yang diakses dengan menggunakan komputer dan telepon genggam yaitu media sosial. Media sosial merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat, di segala bidang, seperti komunikasi pemasaran, komunikasi politik dan komunikasi dalam sistem pembelajaran (Putra, et al., 2021). Media sosial mengubah cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital, yang menjadikan komunikasi lebih efektif (Tulandi, et al., 2021) Media sosial Instagram menjadi salah satu pilihan media yang efektif untuk memberikan edukasi untuk masyarakat. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat lebih aktif menggunakan media sosial Instagram dibandingkan media sosial yang lain.

Instagram merupakan media sosial yang tengah ramai digunakan masyarakat Indonesia. Dalam sebuah survey yang dilakukan NapoleonCat (2021) menunjukkan terdapat 91.010.000 pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Oktober 2021. Mayoritas pengguna-nya adalah masyarakat usia produktif dengan rentang usia 18-24 tahun sebanyak 33.900.000 pengguna (Herbawani, et al., 2021). Data tersebut menunjukkan betapa massive-nya penggunaan Instagram di Indonesia. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media eksistensi belaka, penggunaan Instagram sudah jauh melampaui hal tersebut.

Instagram menjadi sarana terbentuknya komunitas virtual, dimana jarak dan waktu bukan sebuah halangan. Komunitas virtual terbentuk oleh kebutuhan dasar ber-sosialisasi masyarakat dalam dunia nyata yang penuh ketidakpastian (Nugroho 2020). Komunitas virtual atau siber terbentuk dalam dunia maya yang memiliki kesamaan, dimana setiap anggotanya mampu menciptakan dunianya sendiri sebagaimana komunitas pada dunia nyata. Jika dicermati, komunitas-komunitas ini terbentuk berdasarkan kesamaan minat para anggotanya. Mulai dari yang paling serius, seperti komunitas ilmiah atau komunitas budaya sampai dengan yang paling ringan seperti hobi (Nurhaliza & Fauziah, 2020)

Salah satu komunitas yang banyak ditemukan di media Instagram adalah komunitas kesehatan. Penelitian yang dilakukan Puspitasari dan Firdauzy (2019) menunjukkan sebanyak 238 dari 312 responden dengan rentan usia 18-58 tahun menggunakan media Instagram sebagai tempat mencari informasi seputar kesehatan serta komunitas terkait dengan gangguan kesehatan yang mereka idap. Penelitian tersebut menunjukkan massive-nya penggunaan media Instagram sebagai media komunitas kesehatan virtual. Era digitalisasi saat ini masyarakat menuntut segala kemudahan dalam mengakses informasi kesehatan yang dapat dilayani secara efisien dengan biaya yang terjangkau (Wida & Ida, 2023).

Komunitas kesehatan dalam media Instagram dapat menjangkau seluruh masyarakat serta menjawab tantangan era digitalisasi yang sedang berkembang saat ini. Selaras dengan penelitian yang

dilakukan Suteja dkk (2022) menunjukkan bagaimana media Instagram dapat secara efektif digunakan sebagai media promotif dan preventif kesehatan. Memanfaatkan media Instagram sebagai media sosial paling populer di Indonesia serta cepatnya informasi tersampaikan, membuat media Instagram menjadi media yang sesuai dalam penyampaian informasi kesehatan (Veranita, et al., 2021).

Komunikasi kesehatan meningkatkan kesadaran individu tentang isu-isu kesehatan, masalah kesehatan, resiko kesehatan serta solusi kesehatan. Peningkatan kesadaran individu akan hal-hal tersebut ini berdampak pada keluarga serta lingkungan komunitas individu (Hindayani, et al., 2022) Komunikasi kesehatan untuk masyarakat lebih mengarah pada bentuk promosi kesehatan. Promosi kesehatan bukan hanya proses penyadaran komunitas masyarakat dalam hal pemberian dan peningkatan pengetahuan dalam bidang kesehatan saja. Promosi kesehatan merupakan program kesehatan yang dirancang untuk membawa perbaikan berupa perubahan perilaku, baik di dalam masyarakat maupun lingkungan organisasi (Sembiringet al., 2023).

Promosi kesehatan merupakan fokus yang dilakukan oleh seluruh pihak, baik oleh kementerian kesehatan Republik Indonesia maupun oleh WHO (World Health Organization, 2024). Promosi kesehatan memungkinkan semua orang untuk mencapai kesetaraan kesehatan, termasuk dalam kesehatan reproduksi. Kesehatan reproduksi menurut WHO (2008) adalah kesejahteraan fisik, mental, dan sosial yang utuh bukan hanya bebas dari penyakit atau kecacatan dalam segala aspek yang berhubungan dengan sistem reproduksi.

Kesehatan reproduksi adalah salah satu permasalahan kesehatan yang dialami penduduk Indonesia. Pendidikan seksualitas di Indonesia belum komprehensif dan belum reliabel terhadap pelaku dan resiko seksualnya (Miswanto, 2014). Hal ini disebabkan karena pendidikan seksualitas terbatas pada aspek kesehatan reproduksi dan seksual remaja saja. Para pendidik terbatas pada fenomena biologisnya saja. Mereka juga cenderung mengkonstruksikan seksualitas sebagai hal yang tabu dan semata - mata dikontrol melalui moral dan agama (Susanti & Indraswari, 2020).

Pendidikan reproduksi pada remaja merupakan hal yang penting untuk diberikan, terlebih dengan meningkatnya penyimpangan dan masalah seksual dan reproduksi pada remaja (Taukhit, 2014). Salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk menekan angka-angka tersebut adalah dengan melakukan edukasi kesehatan mengenai cara perawatan organ reproduksi, edukasi mengenai perkembangan remaja saat pubertas, edukasi kesehatan mengenai dampak pornografi, edukasi kesehatan mengenai kehamilan tidak diinginkan (KTD) dan aborsi, edukasi kesehatan mengenai HIV/AIDS dan infeksi menular seksual, serta edukasi kesehatan mengenai pendewasaan usia pernikahan dengan melibatkan peran Pemerintah, orang tua, dan juga peer group (Ardiansyah, 2024).

Studi yang dilakukan United Nations Development Programme (UNDP) pada tahun 2021 menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan ketimpangan gender tertinggi se-Asean dengan skor GII 0,48, berbanding terbalik dengan Singapura yang memiliki skor GII 0,065. Aspek ketimpangan gender sendiri meliputi pendidikan kesehatan reproduksi pada remaja secara komprehensif, kesetaraan pendidikan, keterlibatan perempuan, serta kesempatan kerja yang setara (Pebriaisyah & Komariyah, 2022). Data tersebut menunjukkan bagaimana pendidikan kesehatan reproduksi di Indonesia masih belum maksimal.

Permasalahan kesehatan reproduksi di mulai dengan adanya perkawinan/hidup bersama. Kisaran perempuan antara 10-54 tahun, 2,6 % menikah pertama kali pada umur kurang dari 15 tahun dan 23,9 % menikah pada umur 15-19 tahun. Menikah pada usia dini merupakan masalah kesehatan reproduksi, karena semakin muda umur menikah semakin panjang rentang waktu untuk bereproduksi (Sibua, et al., 2023). Angka kehamilan penduduk perempuan 10-54 tahun adalah 2,68 %, terdapat kehamilan pada umur kurang 15 tahun, meskipun sangat kecil (0,02%) dan kehamilan pada umur remaja (15-19 tahun) sebesar 1,97 %. Apabila tidak dilakukan pengaturan kehamilan melalui program keluarga berencana (KB) akan mempengaruhi tingkat fertilitas di Indonesia (Kemenkes, 2013).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi ditambah dengan mudahnya akses dunia maya melalui internet saat ini, telah membuka sarana baru dalam mempromosikan pendidikan kesehatan (Kassa et al., 2020). Promosi kesehatan memiliki potensi yang kuat untuk memberikan pengaruh pada tingkat pengetahuan di masyarakat. Media sosial saat ini menjadi alat penting untuk menyebarkan pengetahuan, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan kebiasaan kesehatan. Media sosial seperti instagram ini dapat membantu pendidik kesehatan untuk mengedukasi masyarakat secara tepat guna (Casmira et al., 2022).

Promosi kesehatan di Indonesia merupakan salah satu strategi utama dalam meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat, terutama dalam menghadapi tantangan penyakit kronis dan gangguan kesehatan yang kompleks seperti PCOS. Mustofa (2024), menyebutkan bahwasannya sekitar 60% masyarakat Indonesia mengakses informasi kesehatan melalui internet, dan media sosial menjadi salah satu saluran utama untuk promosi kesehatan. Survei data report (2024) menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia khususnya instagram mencapai jumlah 100,9 juta pengguna di Indonesia pada awal 2024.

Media sosial kini menjadi alat utama dalam menyampaikan informasi di era digital, termasuk dalam bidang kesehatan. Indonesia tercatat memiliki pengguna aktif media sosial mencapai 167 juta orang, atau 60,4% dari total populasi, dengan Instagram sebagai salah satu platform yang paling banyak digunakan. Berdasarkan data NapoleonCat (2023), terdapat lebih dari 100 juta pengguna Instagram di Indonesia, mayoritas di antaranya adalah perempuan usia produktif. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk menjadi medium efektif dalam mengedukasi masyarakat, khususnya mengenai isu kesehatan reproduksi seperti PCOS.

Instagram adalah salah satu media sosial yang populer digunakan untuk media pemasaran dan juga sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan tertentu dengan tujuan khusus (Putri & Hairunnisa., 2023). Hal ini juga didukung juga oleh kondisi saat ini dimana isu kesehatan akhir-akhir ini menjadi sebuah isu yang ramai untuk dibicarakan karena semakin banyaknya ragam penyakit membuat kebutuhan mengenai informasi kesehatan menjadi hal yang sangat dicari (Kassa et al., 2020).

Sindrom Ovarium Polikistik (PCOS) merupakan salah satu gangguan hormonal yang paling umum dialami wanita usia reproduksi di seluruh dunia. Data WHO (2024) menyebutkan bahwa PCOS memengaruhi sekitar 8-13% wanita usia reproduksi. Sebuah studi menjelaskan bahwa PCOS di Indonesia, tepatnya di RS Cipto Mangunkusumo, diidentifikasi pasien PCOS dengan jumlah 105. Dari jumlah tersebut, 94,2% pasien mengeluhkan oligo atau amenore, dan 32,4% mengalami hirsutisme. Mayoritas pasien, yaitu sebanyak 45,7%, berada dalam rentang usia 26-30 tahun (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2024).

PCOS dapat menyebabkan morbiditas bermakna. Pasien PCOS dapat mengalami infertilitas, gangguan toleransi glukosa, depresi, dan obstructive sleep apnea (OSA) (Yuliadha & Setyaningrum, 2022). Diperkirakan persentase perempuan usia 15-49 tahun yang mengalami infertilitas primer di Indonesia sebesar 2,5% (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2024). Sindrom Ovarium Polikistik (SOPK) adalah kelainan kompleks yang didiagnosis dengan dua dari tiga kriteria: kadar hormon androgen yang tinggi, gangguan ovulasi, dan munculnya telur sebagai kista kecil.

Polycystic Ovary Syndrom (PCOS) adalah gangguan hormonal yang paling umum pada wanita usia reproduksi di seluruh dunia. Kejadian SOPK bervariasi berdasarkan ras, mulai dari 1,8% hingga 15%. Pasangan infertil baru meningkat setiap tahun, dengan perkiraan 10% kasus infertilitas (Sari, et al., 2023) Masalah ini sering kali diperparah oleh minimnya pemahaman mengenai gejala PCOS di kalangan masyarakat, sehingga banyak pasien baru mencari bantuan medis setelah mengalami komplikasi serius seperti infertilitas atau gangguan metabolisme (Christiani, et al., 2023).

Fenomena ini menjadi perhatian karena PCOS tidak hanya berdampak pada aspek kesehatan fisik, tetapi juga kesehatan mental. Wanita dengan PCOS sering kali menghadapi stigma sosial, tekanan

psikologis, hingga masalah citra diri akibat gejala seperti obesitas, jerawat, atau pertumbuhan rambut yang berlebihan (Rezki, 2024). Era digital menjadikan media sosial seperti Instagram sebagai medium yang penting untuk menyampaikan edukasi kesehatan. Salah satu komunitas yang secara aktif memberikan edukasi mengenai PCOS adalah akun Instagram @pcosfighterindonesia. Akun ini tidak hanya menjadi sumber informasi bagi penderita, tetapi juga berfungsi sebagai wadah dukungan emosional. Dengan lebih dari 63.000 pengikut, akun ini membuktikan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesehatan reproduksi.

Akun Instagram @pcosfighterindonesia hadir sebagai ruang edukatif dan suportif bagi perempuan yang hidup dengan kondisi Polycystic Ovary Syndrome (PCOS). Namun, agar pesan yang disampaikan benar-benar menjangkau dan berdampak, diperlukan strategi komunikasi yang tepat sasaran dan berbasis data.

Peneliti memilih akun Instagram @pcosfighterindonesia sebagai objek penelitian adalah didasarkan pada data statistik performa konten, demografi audiens, serta jenis konten yang paling banyak ditayangkan, terlihat adanya dinamika dalam pola interaksi pengguna. Konten naratif berbasis pengalaman personal dan edukasi faktual terbukti mampu menarik atensi luas, dengan lonjakan tayangan signifikan pada periode tertentu. Di sisi lain, meskipun terjadi penurunan kunjungan profil, data juga menunjukkan peningkatan klik ke tautan eksternal yang mencerminkan minat audiens untuk menggali informasi lebih lanjut.



Gambar 1. 1 Statistik Tayangan Konten Akun Instagram @pcosfighterindonesia

Dalam gambar tersebut menunjukkan performa konten akun Instagram @pcosfighterindonesia dalam kurun waktu 11 Desember hingga 10 Maret. Terlihat bahwa konten dengan tanggal unggah 15 Januari memiliki performa terbaik dengan total tayangan mencapai 34.302, diikuti oleh konten tanggal 20 Januari (27.641) dan 25 Desember (24.105). Hal ini menunjukkan bahwa konten edukatif dan naratif berbasis pengalaman pribadi (Cyster's Story) mendapat respons positif dari audiens. Secara total, terdapat 13.124 aktivitas profil, mencakup 12.942 kunjungan profil dan 182 klik ke tautan eksternal—yang mengalami peningkatan signifikan sebesar +279,2%, mengindikasikan peningkatan ketertarikan pengguna terhadap informasi lebih lanjut yang tersedia di luar platform Instagram.



Gambar 1. 2 Statistik Demografi dan Aktivitas Profil Akun Instagram @pcosfighterindonesia

Data statistik diatas menyajikan data demografi audiens selama 9 Februari sampai 10 Maret dan aktivitas profil yang mencerminkan interaksi pengguna. Terlihat bahwa 80,7% audiens adalah perempuan, sementara laki-laki hanya 19,3%, yang sesuai dengan fokus akun ini terhadap isu PCOS (Polycystic Ovary Syndrome) yang secara medis lebih relevan dengan kesehatan reproduksi perempuan. Di sisi lain, terjadi penurunan aktivitas profil sebesar -31,7%, terutama pada kunjungan profil yang turun -32,8% dibandingkan periode sebelumnya. Namun, klik ke tautan eksternal meningkat sebesar 90,6%, yang menunjukkan bahwa meskipun jumlah kunjungan profil menurun, kualitas interaksi meningkat melalui konversi ke platform luar, seperti website atau sumber edukatif lainnya.

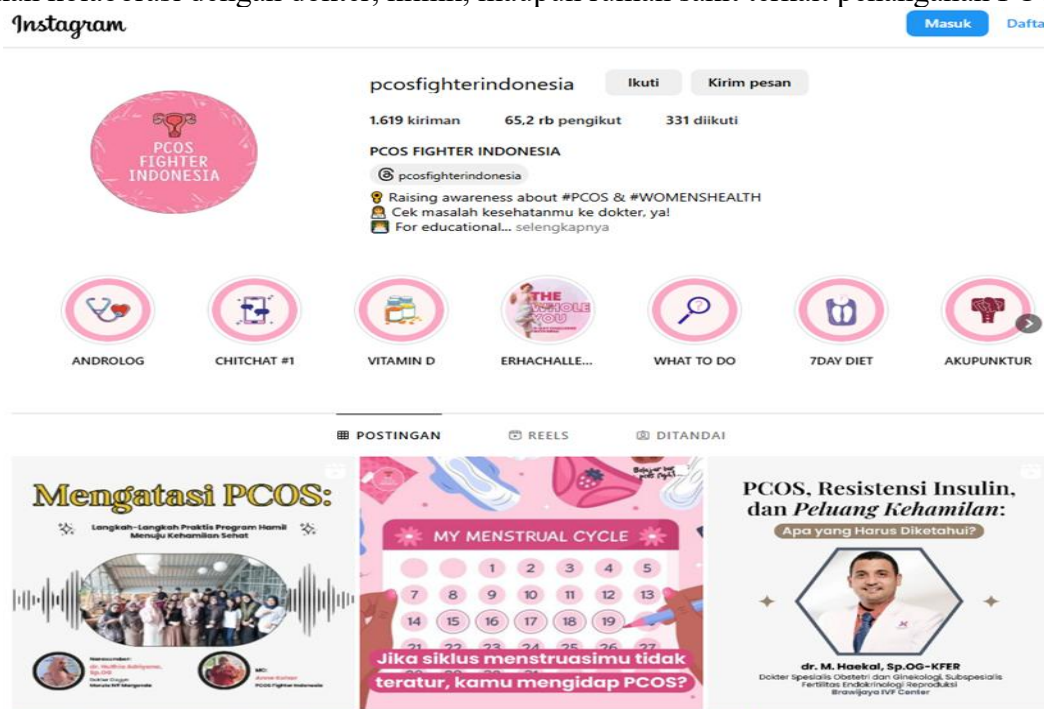


Gambar 1. 3 Statistik Tayangan dan Jenis Konten

Dalam data statistik akun Instagram @pcosfighterindonesia memberikan gambaran menyeluruh mengenai total tayangan akun sebanyak 793.999 dalam rentang waktu 11 Desember sampai 10 Maret. Mayoritas tayangan berasal dari pengikut akun (71,2%), sedangkan sisanya (28,8%) berasal dari non-pengikut. Hal ini menunjukkan bahwa akun @pcosfighterindonesia memiliki komunitas audiens yang loyal dan aktif. Dari segi jenis konten, posting reguler (feed) menyumbang tayangan terbesar (54,3%),

diikuti oleh cerita (story) dengan 33,7%, sedangkan reel dan siaran langsung memiliki kontribusi lebih kecil yaitu masing-masing 6,4% dan 5,5%. Data ini merekomendasikan bahwa strategi konten yang berfokus pada feed informatif dan storytelling masih menjadi pendekatan paling efektif untuk menjangkau audiens target.

Sebagai gambaran umum, bahwa akun Instagram @pcosfighterindonesia merupakan sebuah komunitas wanita penyandang PCOS yang didirikan Andini seorang penyandang PCOS. Andini menggunakan akun @pcosfighterindonesia sebagai media mengajak audience melakukan tindakan pemeliharaan kesehatan reproduksi melalui konten-konten di akun tersebut. Andini juga turut aktif melakukan kolaborasi dengan dokter, klinik, maupun rumah sakit terkait penanganan PCOS terkini.



Gambar 1. 4 Akun Instagram @pcosfighterindonesia

Baik kolaborator maupun Andini terkadang memberikan giveaway berupa voucher atau produk kepada beberapa followers yang beruntung. Kegiatan tersebutlah yang membuat akun @pcosfighterindonesia menjadi lebih diminati serta unggul dibanding akun komunitas serupa. PCOS merupakan gangguan menstruasi yang menyebabkan seorang wanita usia reproduktif kesulitan menentukan masa suburnya karena tidak teraturnya siklus menstruasi mereka. Selain berupa gangguan menstruasi, PCOS dapat mengakibatkan komplikasi penyakit degeneratif lainnya jika tidak segera diobati.

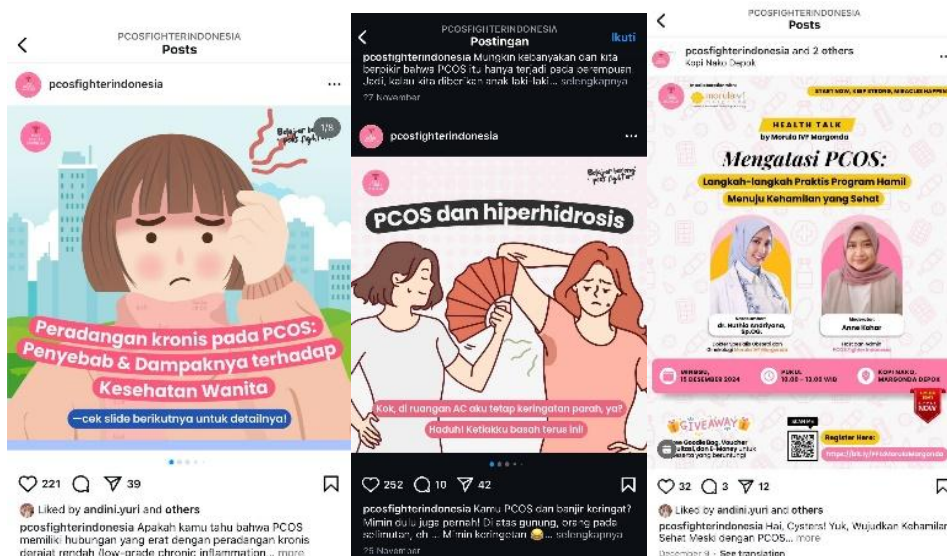
Akun @pcosfighterindonesia menjadi media dalam mengkomunikasikan mengenai kesehatan reproduksi wanita penderita PCOS yang mana eksistensi dari akun ini disambut baik oleh para pengguna media sosial Instagram terutama para wanita. Sejak akun ini dibuat oleh Andini hingga saat ini yaitu tahun 2024 ini akun @pcosfighterindonesia telah memiliki 63,6 ribu pengikut/follower. Jumlah angka pengikut tersebut merupakan angka yang fantastis dimana hal ini menunjukkan besarnya pengaruh informasi yang disampaikan akun ini bagi masyarakat terutama bagi para wanita.

Secara fungsional, akun ini mengadopsi dua pendekatan utama dalam promosi kesehatan, yaitu promotif dan rehabilitatif. Secara promotif, akun ini aktif menyebarkan pengetahuan ilmiah yang mudah dipahami tentang PCOS, mencakup penyebab, gejala, pola hidup sehat, serta pentingnya deteksi dini. Informasi tersebut tidak hanya disampaikan melalui narasi medis, tetapi juga dikemas dalam visual

menarik dan bahasa yang relatable, sehingga mendorong peningkatan kesadaran serta perubahan perilaku sehat di kalangan audiens, khususnya perempuan usia produktif.

Sementara itu, dari aspek rehabilitatif, akun ini memberikan dukungan moral dan psikososial kepada para pengikutnya yang tengah berjuang melawan dampak PCOS. Melalui fitur cerita pribadi (testimoni) dari para pejuang PCOS, motivasi komunitas, dan edukasi mengenai manajemen jangka panjang, akun ini menjadi ruang aman (safe space) sekaligus sumber pemulihan bagi mereka yang terdampak. Interaksi yang terbentuk di dalam komunitas digital ini menunjukkan peran penting komunikasi sosial dalam membangun daya lenting dan pemulihan individu dengan kondisi kronis.

Informasi kesehatan reproduksi wanita yang dikomunikasikan akun @pcosfighterindonesia selain bermanfaat bagi masyarakat, juga dikemas dengan cara penyampaian yang baik dan menarik sehingga dapat mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat Indonesia baik untuk masyarakat yang berusia muda, remaja hingga dewasa. Dilihat dari cara akun tersebut mengkomunikasikan informasi kesehatan, pesan-pesan di dalamnya dikemas dengan informasi singkat berbentuk gambar, infografis, maupun reels (video pendek). Pada beberapa kesempatan juga akun @pcosfighterindonesia membuka forum diskusi dengan para followernya baik secara langsung oleh Andini sendirin maupun dengan cara melakukan kolaborasi dengan tenaga kesehatan dimana tujuan dari adanya forum ini adalah menyampaikan edukasi tentang kesehatan reproduksi wanita kepada masyarakat.



Gambar 1. 5 Edukasi Kesehatan tentang PCOS pada Akun@pcosfighterindonesia

Usaha yang dilakukan akun @pcosfighterindonesia dalam mengkomunikasikan pendidikan kesehatan reproduksi wanita dilakukan dengan sangat serius sehingga hasil dari usaha tersebut adalah besarnya pengaruh akun tersebut bagi masyarakat sehingga dapat menarik minat para kaum wanita untuk belajar mengenai kesehatan reproduksi wanita. Hal ini dapat dilihat dari konten @pcosfighterindonesia yang berjudul “PCOS itu apa sih?” telah tayang sebanyak 30.500 kali, konten “10 tanda gejala PCOS membaik” telah tayang sebanyak 33.900 kali, dan konten tentang “Curhat Cysters” telah tayang 64.400 kali. Selain itu akun @pcosfighterindonesia telah memposting 1.498 konten kesehatan dimana rata-rata dari setiap konten telah dilihat oleh minimal 1000 lebih followers.

Sebanyak 65,2 ribu jumlah pengikut per desember 2024, akun @pcosfighterindonesia rutin membagikan edukasi mengenai kesehatan reproduksi terutama PCOS dengan berbagai cara yang unik dan menarik. Keunikan pada edukasi akun @pcosfighterindonesia terletak pada penyampaian konten yang lebih santai, saling berbagi, ceria, dan tidak terkesan menggurui. Akun ini menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan, membangun kesadaran, dan mendukung

perubahan perilaku yang positif terkait kesehatan reproduksi wanita. Melalui hal ini, akun @pcosfighterindonesia dapat dianggap sebagai sumber daya penting dalam upaya promosi kesehatan di platform media sosial.

Penelitian dari Casmira et al (2022) menjelaskan bahwa penyampaian informasi melalui media sosial sangat penting untuk meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat. Informasi kesehatan dalam instagram dapat memuat foto, video dan tulisan yang difungsikan sebagai media diskusi dan mendidik (Lubis, 2019). Penelitian Ayuningtyas (2020) menjelaskan bahwa pendidikan kesehatan reproduksi membutuhkan proses adaptasi hingga seseorang dapat dengan mudah memahami dan bersedia untuk mempelajari ilmu tersebut. Tindakan yang dilakukan akun @pcosfighterindonesia mencerminkan bahwa masyarakat Indonesia khususnya wanita penyandang PCOS maupun yang bukan penyandang mulai banyak yang mulai melek dan teredukasi seputar pengetahuan kesehatan reproduksi wanita sehingga sedikit-dikit memulai membangun budaya hidup kearah yang lebih baik dan sehat (Rahmatika, 2019).

Akun Instagram @pcosfighterindonesia menjadi contoh konkret bagaimana promosi kesehatan dapat dilakukan secara efektif di media sosial. Dengan lebih dari 65.000 pengikut pada tahun 2024, akun ini rutin membagikan konten edukasi terkait PCOS, mulai dari gejala, pengobatan, hingga dukungan emosional bagi pengidapnya. Melalui fitur seperti live streaming, infografis, dan kolaborasi dengan tenaga kesehatan, akun ini berhasil menciptakan komunitas yang mendukung peningkatan kesadaran dan perubahan perilaku kesehatan. Strategi ini menunjukkan bagaimana Instagram tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga media transformasi untuk mendorong masyarakat menuju pola hidup yang lebih sehat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, terdapat beberapa masalah utama yang dapat diidentifikasi terkait strategi komunikasi kesehatan reproduksi melalui media sosial. Pertama, minimnya pemahaman masyarakat tentang PCOS menjadi tantangan utama, terutama karena informasi yang tersedia sering kali bersifat medis dan sulit dipahami oleh khalayak umum. Dalam konteks ini, diperlukan strategi komunikasi yang mampu mengubah data medis menjadi pesan yang sederhana, relevan, dan menarik. Kedua, promosi kesehatan di Indonesia masih kurang memanfaatkan pendekatan berbasis data dan teknologi digital secara optimal. Sebagaimana dijelaskan dalam teori strategi komunikasi WHO (2024), penggunaan saluran komunikasi yang beragam serta analisis audiens yang mendalam merupakan elemen penting untuk menjangkau target yang lebih luas, namun hal ini belum sepenuhnya diterapkan.

Akun Instagram @pcosfighterindonesia aktif memproduksi konten seputar kesehatan reproduksi, khususnya mengenai PCOS. Namun, belum diketahui secara spesifik bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam menyampaikan pesan tersebut. Apakah strategi yang digunakan bersifat edukatif, persuasif, atau naratif? Apakah konten dirancang berdasarkan riset kebutuhan audiens (need-based)? Sejauh mana prinsip-prinsip dalam strategi komunikasi kesehatan, seperti penggunaan bahasa yang mudah dipahami, pesan yang relevan secara budaya, dan visual yang komunikatif, telah diimplementasikan? Masalah yang muncul adalah ketidakjelasan pendekatan strategis yang dipakai oleh akun tersebut dan sejauh mana pendekatan itu efektif dalam menjangkau dan memengaruhi audiens perempuan yang menjadi target utamanya.

Instagram memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti feed, reels, story, live, hingga kolom komentar. Namun, belum ada kajian yang menjelaskan saluran atau fitur mana yang paling sering digunakan dan mengapa. Apakah pemilihan media disesuaikan dengan karakteristik pesan atau tipe audiens? Bagaimana pola interaksi dua arah antara pengelola akun dan pengikutnya melalui saluran tersebut? Masalah yang teridentifikasi adalah belum adanya pemetaan dan analisis yang sistematis tentang bagaimana pemanfaatan fitur media sosial mendukung efektivitas penyampaian pesan kesehatan.

Akun @pcosfighterindonesia bertujuan meningkatkan kesadaran perempuan terhadap PCOS dan kesehatan reproduksi secara umum. Namun, sejauh ini belum terdapat evaluasi mendalam tentang apakah

pesan-pesan yang disampaikan berhasil meningkatkan pengetahuan audiens tentang PCOS. Apakah terdapat perubahan persepsi atau perilaku setelah mengikuti akun tersebut? Bagaimana pengalaman audiens dalam menerima dan memaknai informasi dari akun tersebut? Masalah utama di sini adalah belum terukurnya efektivitas pesan terhadap awareness audiens secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga dampak nyata dari komunikasi yang dilakukan masih belum dapat disimpulkan secara ilmiah.

Selanjutnya, pendekatan interaktif dalam kampanye kesehatan reproduksi juga masih terbatas. Sebagian besar kampanye di media sosial bersifat satu arah, dengan minimnya interaksi langsung antara pembuat konten dan audiens, meskipun teori komunikasi interaktif menekankan pentingnya keterlibatan aktif audiens untuk meningkatkan efektivitas pesan. Media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar sebagai alat komunikasi kesehatan, terutama bagi generasi muda. Akan tetapi, banyak kampanye belum memanfaatkan secara maksimal fitur-fitur seperti infografis, video pendek, dan diskusi langsung yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, evaluasi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan juga belum banyak dilakukan. Evaluasi ini penting untuk memastikan sejauh mana strategi yang diterapkan mampu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan perubahan perilaku audiens secara signifikan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka strategi komunikasi yang dilakukan @pcosfighterindonesia dalam kampanye kesehatan reproduksi wanita penderita PCOS menarik minat peneliti untuk mengkaji lebih dalam. Hal ini memotivasi peneliti untuk mengadakan penelitian mengenai permasalahan tersebut dengan harapan penelitian ini mampu menjawab serta menjelaskan bagaimana strategi komunikasi kesehatan reproduksi wanita penderita PCOS melalui media social intagram @pcosfighterindonesia.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan analisis teks media. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik akun dan followers, observasi konten digital, serta analisis dokumentasi yang mencakup infografis, video pendek, dan interaksi pada fitur Instagram seperti live streaming dan sesi tanya jawab. Penelitian ini mengeksplorasi akun Instagram @pcosfighterindonesia untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan kesadaran followers serta pesan yang disampaikan untuk memperkuat pengetahuan tentang kesehatan reproduksi wanita. Pengumpulan data yang spesifik dari informan kemudian dilakukan analisis data yang telah dikumpulkan baik dari pemilik akun @pcosfighterindonesia maupun followersnya.

Subjek penelitian ini dengan dua kategori utama informan:

- a. Pemilik akun Instagram @pcosfighterindonesia: Informasi difokuskan pada bagaimana strategi komunikasi diterapkan, pengembangan pesan, pemanfaatan fitur Instagram, dan evaluasi efektivitas strategi.
- b. Admin akun Instagram @pcosfighterindonesia: Informasi yang akan diperoleh dari admin adalah bagaimana admin sebagai pengelola akun Instagram @pcosfighterindonesia dalam mengatur strategi komunikasi yang diterapkan, pengembangan pesan, dan memanfaatkan fitur di Instagram.
- c. Followers akun: Para pengikut akun yang dipilih sebagai informan adalah mereka yang memiliki pengalaman langsung dalam mengakses, memahami, atau menggunakan konten edukasi dari akun tersebut. Kriteria informan meliputi wanita penderita PCOS berusia lebih dari 20 tahun, aktif mengikuti konten akun, dan terlibat dalam interaksi seperti komentar atau diskusi di forum live.

Tabel 3. 2 Informan Penelitian

No.	Nama Informan	Keterangan
1.	Andini Yudita Sari	Pemilik dan admin akun Instagram @pcosfighterindonesia
2.	Triyanti	Admin akun Instagram @pcosfighterindonesia
3.	SF	Pengikut akun Instagram @pcosfighterindonesia
4.	Z	
5.	IE	
6.	ND	
7.	FA	
8.	RL	
9.	NA	
10.	SR	
11.	N	
12.	WA	

Objek penelitian merupakan tujuan utama penelitian. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah pemafaatan akun instagram @pcosfighterindonesia sebagai media untuk meningkatkan awarednes wanita terkait kesehatan reproduksi khususnya bagi penderita PCOS. Penelitian ini menggunakan analisis data di lapangan seperti model Miles dan Huberman. Dalam hal ini mencakup tiga kegiatan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Penyampaikan Pesan Untuk Meningkatkan Awareness Wanita Terhadap Kesehatan Reproduksi Wanita Di Akun Instagram @Pcosfighterinfonesia

a. Proses Pembuatan Konten

Akun Instagram @pcosfighterindonesia pada awalnya merupakan akun pribadi milik Andini Yudita Sari, yang dibuat untuk berbagi cerita seputar pengalaman pribadi menghadapi PCOS. Nama akun yang mengandung kata "PCOS", "fighter", dan "Indonesia" merepresentasikan niat awal untuk mencari teman sesama penyintas PCOS dan berbagi informasi ringan. Namun, seiring berjalannya waktu, akun ini mendapatkan atensi yang besar dari publik karena konten-kontennya yang informatif dan berdasarkan sumber-sumber ilmiah terpercaya. Banyak pengikut menganggap akun ini sebagai sumber edukasi mengenai PCOS, yang kemudian mendorong Andini dan rekan-rekannya untuk lebih serius dalam mengelola akun tersebut. Bersama co-founder Triyanti, mereka membentuk tim yang terdiri dari lima admin, yaitu Andini Yudita Sari, Triyanti, Deviane Nur Inayah, Siti Alfiah, dan Nicole Nasution. Pembagian tugas dalam tim dilakukan secara spesifik. Andini bertanggung jawab terhadap pembuatan konten edukatif untuk Instagram, Facebook, dan LinkedIn, serta mengatur penjadwalan unggahan. Sementara itu, Triyanti berperan sebagai admin harian yang aktif membalas pesan langsung (DM), komentar, serta menjadi editor dan pengunggah konten di fitur Reels, Feed, dan Story Instagram. Admin lain seperti Anne dan Alfi hanya mengakses akun saat menjadi host dalam sesi Instagram Live, sedangkan Nicole lebih fokus dalam mengelola grup komunitas PCOS MOM melalui WhatsApp. Pembagian tanggung jawab ini menunjukkan adanya manajemen kerja tim yang rapi dan terorganisir sesuai dengan kapasitas masing-masing admin.

b. Pengemasan Konten dari Teknis dan Substansi

Dalam strategi komunikasi, akun @pcosfighterindonesia berkomitmen untuk menyampaikan informasi seputar PCOS secara tepat sasaran dan mudah dipahami oleh khalayak. Edukasi yang disampaikan tidak hanya fokus pada pengetahuan dasar mengenai PCOS, tetapi juga mencakup risiko jangka panjang, motivasi hidup sehat, serta peningkatan kesadaran akan pentingnya kesehatan reproduksi wanita. Untuk mencapai tujuan ini, tim @pcosfighterindonesia secara aktif mengadakan kolaborasi dengan tenaga medis profesional melalui proyek “Belajar Bareng PCOS” dan “Ask The Expert”, yang dilakukan baik secara daring maupun luring. Selain itu, konten yang disajikan melalui berbagai fitur Instagram—seperti IG Live, Reels, Story, dan Feed—disusun berdasarkan hasil riset dari jurnal ilmiah dan website terpercaya. Proses penyusunan konten diawali dengan brainstorming ide bersama, lalu dikembangkan menjadi narasi edukatif dengan bahasa yang disederhanakan agar dapat dimengerti oleh khalayak awam. Dalam penyampaian pesan, akun ini menyeimbangkan informasi antara kenyataan pahit tentang PCOS dengan narasi optimis dan solutif. Misalnya, penyajian kisah inspiratif para penyintas PCOS dalam segmen "Cyster's Story" digunakan untuk membangkitkan semangat dan harapan pengikutnya. Visual konten pun dirancang menarik dengan pesan-pesan praktis yang mudah diterapkan, seperti saran gaya hidup sehat, pengaturan pola tidur, dan anjuran konsultasi dengan dokter. Melalui pendekatan yang mengutamakan relevansi, akurasi, dan empati, akun @pcosfighterindonesia tidak hanya menjadi media edukasi, tetapi juga ruang dukungan emosional bagi para penyintas PCOS di Indonesia.

c. Pemanfaatan Fitur Instagram

Akun Instagram @pcosfighterindonesia dipilih sebagai media utama untuk menyampaikan informasi kesehatan karena dinilai paling relevan dengan karakteristik audiens yang menjadi sasaran, yaitu wanita usia 18 hingga 35 tahun yang merupakan kelompok rentan mengalami PCOS. Menurut Andini, founder akun tersebut, Instagram menjadi platform yang dekat dengan kesehariannya saat memulai akun ini di usia 23 tahun. Selain itu, akun ini juga memanfaatkan Facebook untuk menjangkau kelompok audiens yang lebih beragam. Dalam mengelola konten edukasi, akun ini memanfaatkan berbagai fitur Instagram secara optimal, seperti penggunaan pesan bergambar dan reels sederhana untuk menyampaikan informasi yang mudah dipahami dan menarik. Mereka juga rutin melakukan sesi Instagram Live yang menjadi bagian dari dua program utama, yaitu “Belajar Bareng PCOS” yang melibatkan kolaborasi dengan dokter, dan “Ask The Expert” yang bekerja sama dengan tenaga kesehatan profesional, rumah sakit, klinik, dan brand terkait. Untuk meningkatkan interaksi, fitur Q&A melalui Instagram Stories dimanfaatkan untuk menampung pertanyaan dari pengikut, yang disebut “Cysters”. Melalui strategi ini, akun @pcosfighterindonesia berhasil menjadikan Instagram sebagai media komunikasi edukatif yang interaktif dan kolaboratif.

d. Sasaran dari akun instagram @pcosfighterindonesia

Akun @pcosfighterindonesia memiliki sasaran utama berupa perempuan usia reproduktif, sejalan dengan tujuan edukasinya dalam meningkatkan kesadaran tentang PCOS. Namun, seiring berkembangnya pemahaman mengenai dampak jangka panjang PCOS yang tidak hanya berkaitan dengan reproduksi, tetapi juga risiko penyakit kronis seperti diabetes, hipertensi, dan kardiovaskular, akun ini membuka diri untuk menjangkau semua kalangan usia dan jenis kelamin. Andini menyatakan bahwa akun ini juga ingin menasar laki-laki yang mungkin memiliki pasangan atau anak yang menderita PCOS, sehingga dapat membantu mendukung mereka secara aktif. Strategi menjangkau sasaran dilakukan dengan membuat konten yang relevan atau relatable dengan pengalaman penyintas PCOS, misalnya melalui pesan visual, reels sederhana, dan segmen khusus “Cyster's Story” yang menampilkan kisah sukses dari penyintas PCOS yang berhasil menjalani hidup sehat hingga mencapai kehamilan. Meskipun tidak menggunakan metode khusus dalam menyusun konten, akun ini tetap

mengutamakan relevansi dan kedekatan emosional agar audiens merasa terhubung secara personal dengan informasi yang disampaikan.

e. Feedback dari akun instagram @pcosfighterindonesia

Keberadaan akun @pcosfighterindonesia memberikan dampak positif terhadap kesadaran dan pemberdayaan masyarakat mengenai PCOS. Berdasarkan pengalaman Andini, banyak pengikut yang merasa terbantu dengan informasi yang diberikan, bahkan mulai berani membagikan pengalaman pribadi dan tidak lagi mudah terpengaruh oleh hoaks tentang PCOS. Akun ini juga mendorong keterlibatan aktif generasi muda dalam menyebarkan edukasi seputar PCOS. Harapan Andini sebagai pendiri adalah agar para penyintas tidak mudah menyerah dalam menjaga kesehatannya, lebih memahami tubuh sendiri, serta turut menyebarkan pengetahuan untuk mengurangi miskonsepsi yang masih banyak beredar. Respon positif dari pengikut sering diterima melalui pesan pribadi (DM) atau grup WhatsApp, di mana banyak yang mengabarkan keberhasilan mereka menjalani pola hidup sehat dan berhasil hamil. Selain itu, kritik dan saran dari pengikut juga diterima dengan terbuka agar konten yang disajikan menjadi lebih menarik. Evaluasi rutin dilakukan melalui fitur Instagram Insight untuk mengetahui jenis konten yang disukai, tingkat jangkauan, dan isu tabu yang masih bisa diangkat agar lebih mudah diterima oleh audiens. Dengan demikian, akun ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang aktif dan reflektif.

2. Saluran Media Yang Digunakan Dalam Penyampaian Pesan Dalam Meningkatkan Awareness Wanita Terhadap Kesehatan Reproduksi Wanita Di Akun Instagram @Pcosfighterinfonesia

Berdasarkan hasil wawancara, sebelum penyampaian informasi kesehatan mengenai PCOS serta permasalahan kesehatan reproduksi wanita, akun @pcosfighterindonesia menyajikan informasi ke dalam berbagai projek. Sebelum diunggah, ide konten yang muncul akan dilalui proses brainstorming ide, riset artikel jurnal, mengemas dengan bahasa yang mudah dipahami dan dibuat visualisasi yang menarik.

Pembuatan konten untuk akun @pcosfighterindonesia dimulai dengan menentukan topik dan ide yang akan dibahas, termasuk isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan. Tim media sosial bertanggung jawab atas produksi konten. Setelah topik ditentukan, dilakukan riset mendalam menggunakan berbagai jurnal untuk mengumpulkan data yang relevan. Data yang diperoleh kemudian disederhanakan ke dalam bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. Langkah terakhir adalah merancang ilustrasi yang menarik sebelum diunggah ke Instagram dan platform media sosial lainnya guna menarik perhatian audiens.

Akun @pcosfighterindonesia memiliki empat projek sebagai pembagian konten di Instagram, yaitu:

1. Belajar Bareng PCOS, yang memanfaatkan fitur Instagram Live bersama tenaga ahli untuk diskusi kepada masyarakat dan penyintas PCOS mengenai kondisi PCOS serta dampaknya.
2. Belajar Bareng PCOS Fighter, merupakan suatu konten yang membagikan informasi mengenai pengetahuan mengenai dan yang berkaitan dengan PCOS.
3. Cyster's Story, yang mana Cyster menjadi sapaan yang ditujukan kepada khalayak dari akun @pcosfighterindonesia. Cyster story adalah konten yang membagikan pengalaman Cyster dalam menghadapi penyakit PCOS.
4. Ask The Expert, yang memanfaatkan Instagram Live bersama ahli tenaga profesional untuk membahas pertanyaan seputar PCOS.



Gambar 5. 1 Dokumentasi Klafisikasi Konten di @pcosfighterindonesia

Akun @pcosfighterindonesia secara aktif memberikan edukasi berbasis ilmiah, membangun komunitas yang saling mendukung, serta menyediakan wadah bagi penyintas PCOS untuk berbagi pengalaman dan mendapatkan motivasi. Dengan pendekatan interaktif melalui IG Live dan webinar, audiens tidak hanya mendapatkan informasi yang valid tetapi juga kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan para ahli. Keberagaman konten yang ditawarkan menjadikan akun ini sebagai sumber informasi terpercaya bagi penyintas PCOS di Indonesia.

3. Dampak Dari Akun Instagram @Pcosfighterindonesia Terhadap Penyampaian Pesan Guna Meningkatkan Awareness Kesehatan Reproduksi Wanita

Akun Instagram @pcosfighterindonesia awalnya dibuat oleh penyintas PCOS sebagai media pribadi untuk berbagi informasi. Seiring waktu, akun ini berkembang menjadi wadah edukasi yang kredibel dan dipercaya banyak orang karena menyajikan informasi berbasis jurnal ilmiah dan kolaborasi dengan tenaga profesional. Akun ini tidak hanya menyampaikan pengetahuan medis, tetapi juga memberi dukungan psikososial kepada para penyintas PCOS melalui berbagai segmen konten, seperti “Belajar Bareng PCOS”, “Belajar Bareng PCOS Fighter”, “Cyster’s Story”, dan “Ask The Expert”.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi akun ini berdampak signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan literasi kesehatan reproduksi. Banyak pengikut mengetahui akun ini melalui pencarian mandiri setelah didiagnosis PCOS. Seperti disampaikan oleh salah satu partisipan, SF:

“Setelah saya didiagnosa PCOS, saya mencari informasi tentang PCOS dan menemukan akun ini.”
(23 Maret 2025).

Konten yang paling menarik perhatian adalah kisah nyata penyintas (Cyster's Story), edukasi medis ringan, dan sesi interaktif seperti IG Live dan webinar bersama dokter. Konten ini dirancang dengan visual menarik, bahasa sederhana, dan respons cepat dari admin. Salah satu pengikut, Z, menyampaikan:

"Kontennya juga mengedukasi tentang hal yang dilarang dan dilakukan oleh penderita PCOS. Banyak sharing dari dokter obgyn juga." (23 Maret 2025).

Dampak nyata dari akun ini terlihat dari perubahan perilaku pengikut. Banyak yang mulai menerapkan pola hidup sehat dan melaporkan perbaikan kondisi. Contohnya, NA menyatakan:

"Saran yang ada seperti hidup sehat, mengonsumsi makanan atau minuman sehat, membuat haid saya terkadang bisa tepat waktu." (23 Maret 2025).

Interaksi di kolom komentar juga aktif dan menjadi ruang diskusi yang suportif. Visual konten disesuaikan dengan karakteristik target (wanita usia produktif) dan dibingkai dalam gaya empatik, naratif, dan edukatif. Admin akun juga menggunakan pendekatan komunikatif yang responsif dan ramah, memperkuat fungsi komunitas digital. Seperti disampaikan oleh SR:

"Hasilnya, tidur lebih lelap, lebih bugar, dan pikiran lebih tenang." (23 Maret 2025).

Strategi komunikasi akun ini terbukti menggabungkan pendekatan informatif, persuasif, dan afektif, serta membangun ruang aman yang memberdayakan penyintas PCOS. Akun ini tidak hanya mengedukasi, tapi juga memotivasi, membentuk solidaritas, dan mendorong perubahan gaya hidup yang lebih sehat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada ranah komunikasi kesehatan digital berbasis komunitas. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai strategi komunikasi kesehatan di media sosial dengan mengintegrasikan lima dimensi utama: komunikator, pesan, media, audiens, dan efek, sebagaimana dikemukakan oleh WHO (2024) dan Luas et al. (2020). Studi ini menyoroti peran kredibilitas komunikator non-profesional seperti penyintas (survivor) dalam membangun kepercayaan dan keterlibatan emosional, yang mampu memperkuat efektivitas penyampaian pesan kesehatan.

Secara praktis, akun Instagram @pcosfighterindonesia menjadi studi kasus yang menunjukkan keberhasilan penerapan strategi komunikasi yang adaptif, partisipatif, dan empatik dalam mengedukasi publik mengenai kesehatan reproduksi wanita, khususnya sindrom PCOS. Akun ini memanfaatkan secara maksimal berbagai fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan live session untuk menyampaikan pesan yang informatif namun tetap humanis. Program seperti **Cyster's Story** dan **Ask the Expert** menunjukkan bentuk interaksi yang kolaboratif dan memberdayakan audiens, yang secara efektif meningkatkan literasi dan kesadaran kesehatan melalui pendekatan komunitas digital.

Dampak dari strategi komunikasi yang diterapkan akun @pcosfighterindonesia tidak hanya terlihat pada peningkatan awareness, tetapi juga perubahan perilaku dan terbentuknya dukungan sosial daring yang kuat. Penggabungan konten edukatif dengan narasi personal menjadikan pesan lebih mudah diterima dan relevan bagi audiens. Hasil ini menegaskan bahwa strategi komunikasi kesehatan berbasis komunitas di media sosial mampu menjangkau aspek kognitif, afektif, dan konatif audiens secara menyeluruh, dan dapat dijadikan model dalam merancang intervensi komunikasi kesehatan yang berkelanjutan dan berdampak.

5. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pengelola akun @pcosfighterindonesia memperkuat koordinasi antar admin melalui pertemuan rutin dan sistem umpan balik internal untuk menjaga konsistensi dan relevansi konten. Penggunaan narasi personal seperti “Cyster’s Story” perlu terus dikembangkan dengan validasi dari tenaga profesional agar pesan tetap akurat dan mudah dipahami. Selain itu, disarankan adanya evaluasi berkala melalui kuesioner dan analitik media sosial untuk menilai efektivitas komunikasi dan perubahan perilaku audiens. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur dampak strategi komunikasi terhadap peningkatan awareness dan perilaku kesehatan. Penelitian juga dapat mengeksplorasi pengaruh narasi personal dan penyederhanaan istilah medis terhadap pemahaman serta penerimaan informasi, termasuk melalui studi kasus dan wawancara mendalam dengan pengikut akun.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adams J, Polson DW, Franks S 1986 Prevalence of polycystic ovaries in women with anovulation and idiopathic hirsutism. *British Medical Journal* 293, 355–359.
- [2] Ahmadi, M. (2020). Dampak perkembangan new media pada pola komunikasi masyarakat. *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26-37.
- [3] Anam, K. (2019). Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Di Kabupaten Jepara. *Journal Of Politic and Government Studies*, 8(03), 211-220.
- [4] Angela, N., & Yoedtadi, M. G. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komunitas Historia Indonesia. *Prologia*, 3(2), 393-400.
- [5] Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920-8928.
- [6] Ardiansyah. (2024, 12 13). Kesehatan Reproduksi Remaja : Permasalahan dan Upaya Pencegahan. Retrieved from Kemenkes: Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan: https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/29/kesehatan-reproduksi-remaja-permasalahan-dan-upaya-pencegahan
- [7] Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan Ri. (2013). Riset Kesehatan Dasar . Jakarta: Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan Ri.
- [8] Barry, JA. 2019. Psychological aspects of polycystic ovary syndrome. *Paggrave Macmillan*. 35-54.
- [9] Casmira, O. J., Widjanarko, B., & Margawati, A. (2022). Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Edukasi. *Husada Mahakam: Jurnal Kesehatan*. 12 (2). 114-124.
- [10] Claudia, F. (2018). Strategi Komunikasi Biro Humas Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia (Studi Deskriptif mengenai Strategi Komunikasi Biro Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dalam Menyosialisasikan Program Registrasi Ulang Kartu Prabayar Kepada Masyarakat Pengguna Kartu Seluler) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- [11] Christiani, Manubulu, C. P., & Arimas, E. (2023). Efek Kurkumin Terhadap Stres Oksidatif Dan Profil Metabolik Pasien Sindrom Ovarium Polikistik . *Suplemen*, 15.
- [12] Creswell W. John. 2013. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan. Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- [13] Datareportal. (2024, 13 16). Digital 2024: Indonesia. Retrieved From Datareportal Reports Digital: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia?rq=indonesia>
- [14] Dhewy, R. C. (2022). Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 4575-4578.