



Model Komunikasi Pengembangan Masyarakat Berbasis Kampanye Digital Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Tentang Konsumsi Gula Di Kota Bengkulu

Bayu Risdiyanto ¹⁾; Martha Heriniazwi Dianthi ²⁾; Riski Defa Agung ³⁾; Dwi Novriansyah ⁴⁾

¹²³⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

⁴⁾ Rekam Medis dan Informasi Kesehatan, STIKES Sapta Bakti

Email: ¹⁾ bayu.risdiyanto@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [20 Mei 2026]

Revised [24 Juni 2026]

Accepted [26 Juni 2026]

KEYWORDS

Digital Campaign, Health Literacy, Sugar Consumption, Diabetes, Bengkulu.

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



ABSTRAK

Konsumsi gula berlebih menjadi salah satu permasalahan kesehatan masyarakat karena berkaitan dengan meningkatnya risiko penyakit tidak menular, terutama diabetes melitus. Di Kota Bengkulu, kasus diabetes masih menjadi perhatian sehingga diperlukan upaya komunikasi kesehatan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu meningkatkan literasi dan mendorong perubahan perilaku masyarakat. Penelitian ini bertujuan merumuskan model komunikasi pengembangan masyarakat berbasis kampanye digital dalam meningkatkan literasi kesehatan tentang konsumsi gula di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi terhadap konten kampanye digital yang dipublikasikan oleh Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Media Center Kota Bengkulu, Puskesmas, dan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye digital lokal lebih dominan menampilkan ajakan pemeriksaan kesehatan, skrining, dan pola hidup sehat, sedangkan kampanye nasional lebih kuat dalam menyampaikan edukasi batas konsumsi gula, risiko diabetes, serta informasi Gula, Garam, dan Lemak. Penelitian ini menghasilkan model komunikasi yang mengintegrasikan media digital, pesan kesehatan, Puskesmas, Posbindu, kader kesehatan, dan partisipasi masyarakat. Model tersebut menempatkan kampanye digital sebagai sarana penyadaran, edukasi, pemberdayaan, dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengendalikan konsumsi gula.

ABSTRACT

Excessive sugar consumption is a public health problem because it can increase the risk of non-communicable diseases, especially diabetes mellitus. In Bengkulu City, diabetes remains an important health issue, so health communication is needed not only to provide information but also to improve public health literacy and encourage healthier behavior. This study aims to formulate a community development communication model based on digital campaigns to improve health literacy about sugar consumption in Bengkulu City. This study uses a descriptive qualitative approach with content analysis of digital campaign materials published by the Bengkulu City Health Office, Bengkulu City Media Center, community health centers, and the Ministry of Health of the Republic of Indonesia. The results show that local digital campaigns mostly focus on health checks, screening, and healthy lifestyle messages. Meanwhile, national campaigns are stronger in explaining sugar consumption limits, diabetes risks, and education about sugar, salt, and fat. This study produces a communication model that integrates digital media, health messages, community health centers, Posbindu, health cadres, and community participation. This model places digital campaigns as a medium for awareness, education, empowerment, and behavior change in controlling sugar consumption.

PENDAHULUAN

Konsumsi gula berlebih merupakan salah satu persoalan kesehatan masyarakat yang perlu memperoleh perhatian serius. Gula pada dasarnya dibutuhkan tubuh sebagai sumber energi, namun konsumsi yang melebihi batas kebutuhan harian dapat meningkatkan risiko berbagai penyakit tidak menular. Penyakit tidak menular seperti diabetes melitus, obesitas, hipertensi, dan penyakit jantung tidak hanya berdampak pada kondisi kesehatan individu, tetapi juga dapat menurunkan produktivitas masyarakat serta meningkatkan beban pelayanan kesehatan. Oleh sebab itu, pengendalian konsumsi gula menjadi bagian penting dalam upaya promotif dan preventif di bidang kesehatan masyarakat.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menganjurkan batas konsumsi gula harian sebanyak 50 gram atau setara empat sendok makan per orang per hari (Kementerian Kesehatan RI, 2024). Anjuran tersebut penting dipahami masyarakat karena gula tidak hanya berasal dari gula pasir yang ditambahkan ke makanan atau minuman, tetapi juga terdapat dalam berbagai produk olahan. Minuman kemasan, kopi kekinian, teh manis, makanan ringan, roti, kue, saus, dan makanan cepat saji sering kali mengandung gula tambahan dalam jumlah cukup tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat perlu memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai sumber gula dalam makanan dan minuman sehari-hari.

Perubahan gaya hidup turut memengaruhi meningkatnya konsumsi gula di masyarakat. Makanan dan minuman manis kini tidak hanya dikonsumsi sebagai kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, terutama pada kelompok usia produktif dan generasi muda. Kemudahan akses terhadap produk makanan dan minuman manis, promosi melalui media sosial, serta kebiasaan mengikuti tren kuliner digital membuat masyarakat semakin mudah terpapar pada pola konsumsi tinggi gula. Apabila kondisi tersebut tidak diimbangi literasi kesehatan yang memadai, masyarakat dapat mengalami kesulitan dalam menilai risiko konsumsi gula berlebih bagi kesehatan.

Di Kota Bengkulu, isu konsumsi gula menjadi perhatian karena diabetes melitus masih ditemukan pada masyarakat. Dinas Kesehatan Kota Bengkulu mengimbau warga untuk mengurangi konsumsi gula, makanan berkarbohidrat tinggi, minuman olahan, minuman bersoda, serta makanan cepat saji sebagai upaya pencegahan diabetes melitus. Pada tahun 2023, Dinas Kesehatan Kota Bengkulu mencatat sebanyak 3.746 orang mengidap diabetes di wilayah tersebut (ANTARA Bengkulu, 2024). Data ini menunjukkan bahwa diabetes melitus merupakan persoalan kesehatan yang nyata dan memerlukan upaya pencegahan secara berkelanjutan.

Profil Kesehatan Kota Bengkulu Tahun 2024 juga mencatat jumlah penderita diabetes melitus sebanyak 2.691 orang, dan 90,7 persen di antaranya memperoleh pelayanan kesehatan sesuai standar (Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, 2025). Data tersebut memperlihatkan bahwa pelayanan kesehatan terhadap penderita diabetes sudah berjalan, namun upaya pencegahan tetap perlu diperkuat. Penanganan diabetes tidak cukup dilakukan melalui pelayanan kuratif, tetapi juga harus didukung komunikasi preventif dan promotif agar masyarakat mampu memahami faktor risiko serta melakukan perubahan perilaku sejak dini.

Salah satu aspek penting dalam pencegahan konsumsi gula berlebih adalah peningkatan literasi kesehatan masyarakat. Literasi kesehatan berkaitan dengan kemampuan individu untuk mengakses, memahami, menilai, dan menggunakan informasi kesehatan dalam mengambil keputusan sehari-hari (Nutbeam, 2000). Dalam konteks konsumsi gula, literasi kesehatan tidak hanya berarti mengetahui bahwa gula berlebih berbahaya, tetapi juga mencakup kemampuan membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi dalam produk kemasan, memahami batas konsumsi harian, serta memilih makanan dan minuman yang lebih sehat. Literasi kesehatan yang baik dapat membantu masyarakat mengambil keputusan konsumsi yang lebih bijak.

Dalam perspektif komunikasi pengembangan masyarakat, penyampaian informasi kesehatan perlu dilakukan secara partisipatif. Masyarakat tidak cukup ditempatkan sebagai penerima pesan pasif, tetapi perlu dilibatkan sebagai subjek yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan untuk melakukan perubahan sosial (Freire, 1970; Servaes, 2008). Oleh karena itu, komunikasi kesehatan tentang konsumsi gula perlu disampaikan melalui pendekatan yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Pesan kesehatan harus mudah dipahami, relevan, aplikatif, dan mampu mendorong tindakan nyata, seperti mengurangi minuman manis, membaca label gizi, melakukan cek gula darah, serta mengikuti layanan kesehatan di Puskesmas atau Posbindu.

Perkembangan media digital membuka peluang besar bagi pemerintah dan lembaga kesehatan untuk menyampaikan pesan kesehatan secara lebih luas. Kampanye digital dapat dilakukan melalui website, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, poster digital, infografis, dan video pendek. Dalam konteks kesehatan masyarakat, kampanye digital tidak hanya bertujuan meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku (Rice & Atkin, 2013). Melalui media digital, pesan kesehatan dapat dikemas secara lebih menarik, singkat, visual, dan mudah dibagikan kepada masyarakat.

Di tingkat lokal, kampanye digital kesehatan di Kota Bengkulu memiliki peran penting karena lebih dekat dengan kebutuhan masyarakat. Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Media Center Kota Bengkulu, Puskesmas, Posbindu, kader kesehatan, sekolah, kelurahan, dan komunitas masyarakat dapat menjadi aktor penting dalam memperkuat pesan kesehatan. Kampanye lokal memiliki keunggulan karena mampu menghubungkan pesan digital dengan layanan kesehatan yang tersedia di masyarakat. Namun, kampanye lokal juga perlu diperkuat dari sisi substansi pesan agar tidak hanya berfokus pada ajakan pemeriksaan kesehatan, tetapi juga memberikan edukasi yang lebih spesifik mengenai konsumsi gula.

Sementara itu, kampanye nasional dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia memiliki kekuatan pada penyampaian pesan mengenai batas konsumsi gula, garam, lemak, serta risiko penyakit tidak menular. Kekuatan pesan nasional tersebut dapat diintegrasikan dengan jaringan layanan kesehatan lokal di Kota Bengkulu. Integrasi antara pesan edukatif nasional dan kekuatan layanan lokal menjadi penting agar kampanye digital tidak hanya berhenti pada penyebaran informasi, tetapi juga dapat diarahkan pada perubahan perilaku masyarakat.



LANDASAN TEORI

Komunikasi Pengembangan Masyarakat

Komunikasi pengembangan masyarakat merupakan proses komunikasi yang diarahkan untuk mendorong perubahan sosial, peningkatan kapasitas, partisipasi, dan pemberdayaan masyarakat. Dalam perspektif komunikasi partisipatif, masyarakat tidak ditempatkan sebagai penerima pesan pasif, tetapi sebagai subjek yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan untuk terlibat dalam perubahan sosial (Freire, 1970; Servaes, 2008).

Pemikiran Paulo Freire menekankan pentingnya dialog dan kesadaran kritis. Komunikasi tidak semestinya berlangsung secara satu arah, tetapi perlu memberi ruang bagi masyarakat untuk memahami masalah, membangun kesadaran, dan mengambil tindakan. Dalam penelitian ini, pendekatan komunikasi partisipatif digunakan untuk melihat bagaimana kampanye digital kesehatan dapat berfungsi sebagai sarana penyadaran dan pemberdayaan masyarakat dalam mengendalikan konsumsi gula.

Literasi Kesehatan

Literasi kesehatan merupakan kemampuan individu dan masyarakat dalam mengakses, memahami, menilai, dan menggunakan informasi kesehatan untuk mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Nutbeam (2000) membagi literasi kesehatan ke dalam tiga tingkatan, yaitu literasi fungsional, literasi interaktif, dan literasi kritis. Ketiga tingkatan tersebut digunakan sebagai dasar analisis terhadap pesan kampanye digital tentang konsumsi gula.

Literasi fungsional berkaitan dengan kemampuan memahami informasi dasar, seperti batas konsumsi gula harian. Literasi interaktif berkaitan dengan kemampuan menggunakan informasi kesehatan dalam tindakan nyata, seperti mengikuti pemeriksaan gula darah atau berkonsultasi ke Puskesmas. Literasi kritis berkaitan dengan kemampuan menilai informasi kesehatan, membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi, dan tidak mudah terpengaruh promosi makanan atau minuman manis (Nutbeam, 2000; Sørensen et al., 2012).

Kampanye Digital Kesehatan

Kampanye digital kesehatan merupakan kegiatan komunikasi terencana yang menggunakan media digital untuk menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat. Kampanye digital dapat dilakukan melalui website, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, poster digital, infografis, dan video pendek. Dalam konteks kesehatan masyarakat, kampanye digital tidak hanya bertujuan meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku (Rice & Atkin, 2013).

Kampanye digital perlu memuat pesan yang jelas, mudah dipahami, relevan dengan kehidupan masyarakat, serta memiliki ajakan tindakan yang konkret. Pada isu konsumsi gula, kampanye digital idealnya tidak hanya menyampaikan imbauan umum, tetapi juga memberi contoh praktis mengenai batas konsumsi gula, cara membaca label gizi, risiko minuman berpemanis, dan pentingnya pemeriksaan gula darah secara berkala.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan menggambarkan, memahami, dan menginterpretasikan pesan kampanye digital kesehatan tentang konsumsi gula yang disampaikan melalui berbagai media digital. Metode ini digunakan untuk melihat bagaimana pesan kesehatan dikonstruksi, disebarkan, dan diarahkan kepada masyarakat dalam upaya meningkatkan literasi kesehatan mengenai konsumsi gula di Kota Bengkulu.

Objek analisis dalam penelitian ini adalah konten kampanye digital yang berkaitan dengan konsumsi gula, diabetes melitus, Gula Garam Lemak, Cek Kesehatan Gratis, pola hidup sehat, serta pencegahan penyakit tidak menular. Konten yang dianalisis berasal dari kanal digital Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Media Center Kota Bengkulu, Puskesmas, dan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Pemilihan sumber tersebut didasarkan pada keterkaitannya dengan penyebaran informasi kesehatan, pelayanan kesehatan masyarakat, serta kampanye pencegahan diabetes dan konsumsi gula berlebih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye digital tentang konsumsi gula di Kota Bengkulu telah dilakukan melalui berbagai kanal komunikasi kesehatan, baik pada tingkat nasional maupun lokal. Kampanye tersebut ditemukan dalam bentuk artikel website, poster digital, infografis, video edukasi, dan unggahan media sosial. Konten yang dianalisis berkaitan dengan konsumsi gula, diabetes melitus, Gula Garam Lemak, Cek Kesehatan Gratis, pola hidup sehat, serta pencegahan penyakit tidak menular.

Objek penelitian dalam kajian ini bukan berupa responden, melainkan konten kampanye digital kesehatan yang dipublikasikan oleh lembaga pemerintah dan layanan kesehatan. Sumber konten berasal dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Media Center Kota Bengkulu, Puskesmas, dan kanal layanan kesehatan masyarakat. Konten tersebut dianalisis untuk melihat bentuk pesan, isi kampanye, sasaran, ajakan tindakan, serta keterkaitannya dengan peningkatan literasi kesehatan masyarakat.

Tabel 1. Objek dan Sumber Kampanye Digital yang Dianalisis

No .	Objek yang Dianalisis	Bentuk Konten	Sumber Konten	Fokus Analisis
1	Kampanye konsumsi gula	Artikel, poster digital, infografis, video pendek, unggahan media sosial	Kementerian Kesehatan RI, Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Puskesmas	Batas konsumsi gula, bahaya gula berlebih, dan pencegahan diabetes
2	Kampanye diabetes melitus	Artikel website, poster edukasi, infografis, unggahan media sosial	Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Puskesmas, Kementerian Kesehatan RI	Risiko diabetes, pemeriksaan gula darah, dan pola hidup sehat
3	Kampanye Gula Garam Lemak	Poster digital, infografis, video edukasi	Kementerian Kesehatan RI	Edukasi batas konsumsi gula, garam, dan lemak
4	Kampanye Cek Kesehatan Gratis	Artikel berita, poster digital, unggahan media sosial	Media Center Kota Bengkulu, Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Puskesmas	Ajakan pemeriksaan kesehatan dan skrining gula darah
5	Kampanye pola hidup sehat	Poster digital, infografis, video pendek, unggahan media sosial	Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Puskesmas, Kementerian Kesehatan RI	Pengurangan konsumsi gula, makanan sehat, aktivitas fisik, dan pemeriksaan rutin

Berdasarkan tabel tersebut, kampanye digital yang dianalisis memiliki cakupan pesan yang cukup beragam. Kampanye nasional lebih menekankan pada edukasi mengenai batas konsumsi gula, garam, dan lemak, sedangkan kampanye lokal lebih banyak mengarah pada ajakan pemeriksaan kesehatan, skrining gula darah, dan penerapan pola hidup sehat. Perbedaan ini menunjukkan bahwa kampanye nasional dan lokal memiliki karakter pesan yang saling melengkapi.

Pada kampanye tingkat nasional, pesan yang disampaikan lebih kuat pada aspek edukatif. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menekankan pentingnya membatasi konsumsi gula harian agar masyarakat dapat mengurangi risiko penyakit tidak menular, terutama diabetes melitus. Pesan nasional juga memberikan pemahaman mengenai batas konsumsi gula, garam, dan lemak sebagai bagian dari pencegahan penyakit tidak menular.

Sementara itu, kampanye digital pada tingkat lokal di Kota Bengkulu lebih banyak menampilkan pesan tentang pemeriksaan kesehatan, Cek Kesehatan Gratis, skrining gula darah, serta ajakan menjaga pola hidup sehat. Kampanye lokal memiliki keunggulan karena lebih dekat dengan masyarakat dan terhubung langsung dengan layanan kesehatan, seperti Puskesmas, Posbindu, dan kader kesehatan. Namun, kampanye lokal masih perlu diperkuat pada aspek edukasi yang lebih spesifik, terutama mengenai cara membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi, dan memahami kandungan gula dalam makanan serta minuman kemasan.

Tabel 2. Hasil Analisis Kampanye Digital tentang Konsumsi Gula di Kota Bengkulu

No .	Aspek yang Dianalisis	Hasil Penelitian	Penjabaran
1	Bentuk kampanye digital	Kampanye digital disampaikan melalui artikel website, poster digital, infografis, video pendek, dan unggahan media sosial.	Bentuk kampanye yang beragam menunjukkan bahwa media digital menjadi sarana penting dalam menyebarkan informasi kesehatan secara cepat, visual, dan mudah dijangkau masyarakat.
2	Sumber kampanye	Kampanye berasal dari Kementerian Kesehatan RI, Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Media Center Kota Bengkulu, Puskesmas, dan kanal kesehatan lokal.	Sumber kampanye melibatkan lembaga nasional dan lokal yang memiliki peran dalam edukasi, pelayanan, dan penyebaran informasi kesehatan masyarakat.
3	Isi pesan kampanye nasional	Kampanye nasional menekankan batas konsumsi gula, garam, dan lemak, bahaya konsumsi gula berlebih, serta risiko penyakit tidak menular.	Pesan nasional lebih kuat dalam memberikan edukasi dasar mengenai konsumsi gula dan pencegahan penyakit tidak menular.
4	Isi pesan kampanye lokal	Kampanye lokal lebih banyak memuat ajakan pemeriksaan kesehatan, skrining gula darah, Cek Kesehatan Gratis, dan	Pesan lokal lebih dekat dengan layanan kesehatan masyarakat, tetapi masih perlu memperkuat edukasi khusus mengenai



		pola hidup sehat.	konsumsi gula.
5	Pesan informatif	Konten memberikan informasi dasar tentang diabetes, bahaya gula berlebih, pola makan sehat, dan pentingnya pemeriksaan kesehatan.	Pesan informatif berfungsi membangun pengetahuan awal masyarakat mengenai risiko konsumsi gula berlebih.
6	Pesan edukatif	Kampanye menjelaskan pentingnya membatasi konsumsi gula, mengurangi minuman manis, menjaga pola makan, dan melakukan cek gula darah.	Pesan edukatif membantu masyarakat memahami langkah praktis untuk mencegah diabetes dan menjaga kesehatan.
7	Pesan persuasif	Kampanye berisi ajakan untuk mengurangi konsumsi gula, rutin memeriksakan kesehatan, dan menerapkan pola hidup sehat.	Pesan persuasif mendorong masyarakat agar tidak hanya mengetahui informasi kesehatan, tetapi juga mulai mengubah kebiasaan konsumsi.
8	Pesan preventif	Kampanye menekankan pencegahan diabetes melalui pengendalian konsumsi gula, aktivitas fisik, pola makan sehat, dan pemeriksaan berkala.	Pesan preventif menunjukkan bahwa kampanye digital diarahkan untuk mengurangi risiko penyakit tidak menular sejak dini.
9	Literasi kesehatan fungsional	Kampanye memberikan informasi dasar mengenai batas konsumsi gula, bahaya gula berlebih, dan risiko diabetes.	Literasi fungsional terlihat dari adanya pesan sederhana yang membantu masyarakat memahami informasi kesehatan dasar.
10	Literasi kesehatan interaktif	Kampanye mendorong masyarakat untuk melakukan tindakan nyata, seperti mengikuti cek kesehatan, datang ke Puskesmas, atau mengikuti kegiatan Posbindu.	Literasi interaktif terlihat ketika pesan kampanye mengarahkan masyarakat untuk memanfaatkan layanan kesehatan yang tersedia.
11	Literasi kesehatan kritis	Aspek literasi kritis masih perlu diperkuat, terutama terkait membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi, dan memahami kandungan gula dalam produk kemasan.	Kampanye digital belum sepenuhnya mendorong masyarakat untuk lebih kritis dalam memilih makanan dan minuman.
12	Peran Puskesmas dan Posbindu	Puskesmas dan Posbindu menjadi penghubung antara pesan kampanye digital dan kegiatan kesehatan nyata di masyarakat.	Kampanye digital akan lebih efektif apabila terintegrasi dengan layanan kesehatan lokal.
13	Peran kader dan komunitas	Kader kesehatan, sekolah, kelurahan, keluarga, dan komunitas masyarakat dapat memperkuat penyebaran pesan kesehatan.	Keterlibatan komunitas penting agar pesan kampanye tidak hanya berhenti di media digital, tetapi juga dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.
14	Kelemahan kampanye lokal	Kampanye lokal masih dominan pada ajakan pemeriksaan kesehatan dan belum banyak membahas cara membaca label gizi atau mengenali gula tersembunyi.	Kampanye lokal perlu dibuat lebih aplikatif, praktis, dan dekat dengan kebiasaan konsumsi masyarakat.
15	Model komunikasi yang terbentuk	Model komunikasi terdiri dari data kesehatan lokal, pesan kampanye, media digital, Puskesmas/Posbindu, kader kesehatan, literasi kesehatan, dan perubahan perilaku.	Model ini menempatkan kampanye digital sebagai sarana penyadaran, edukasi, pemberdayaan, dan perubahan perilaku masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye digital memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi kesehatan masyarakat mengenai konsumsi gula. Kampanye digital mampu menjadi pintu masuk untuk menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat secara luas. Namun, efektivitas kampanye digital tidak hanya ditentukan oleh banyaknya informasi yang disebarkan, tetapi juga oleh kejelasan pesan, kedekatan pesan dengan kehidupan masyarakat, serta keterhubungannya dengan layanan kesehatan lokal. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kampanye nasional dan lokal memiliki kekuatan yang berbeda. Kampanye nasional lebih kuat dalam memberikan edukasi tentang batas konsumsi gula dan risiko penyakit tidak menular. Sementara itu, kampanye lokal lebih kuat dalam mengarahkan masyarakat pada tindakan nyata, seperti mengikuti pemeriksaan kesehatan dan memanfaatkan layanan Puskesmas atau Posbindu. Oleh karena itu, kedua bentuk kampanye tersebut perlu diintegrasikan agar pesan kesehatan menjadi lebih lengkap, aplikatif, dan berkelanjutan.

Dari sisi literasi kesehatan, kampanye digital tentang konsumsi gula di Kota Bengkulu sudah mencakup literasi fungsional dan interaktif. Literasi fungsional terlihat dari adanya informasi dasar tentang bahaya gula berlebih, diabetes, dan pola hidup sehat. Literasi interaktif terlihat dari adanya ajakan kepada masyarakat untuk melakukan pemeriksaan kesehatan dan mengikuti layanan kesehatan. Namun,

literasi kritis masih perlu diperkuat, terutama kemampuan masyarakat dalam membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi, serta menilai kandungan gula dalam makanan dan minuman kemasan.

Berdasarkan hasil tersebut, kampanye digital tentang konsumsi gula perlu dikembangkan sebagai bagian dari komunikasi pengembangan masyarakat. Kampanye digital tidak cukup hanya menjadi media publikasi, tetapi harus dihubungkan dengan Puskesmas, Posbindu, kader kesehatan, sekolah, kelurahan, keluarga, dan komunitas masyarakat. Dengan demikian, kampanye digital dapat berfungsi sebagai sarana penyadaran, edukasi, pemberdayaan, dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengendalikan konsumsi gula.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye digital mengenai konsumsi gula di Kota Bengkulu memiliki posisi strategis sebagai instrumen komunikasi kesehatan masyarakat. Kampanye digital tidak hanya berperan sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan pengetahuan, kesadaran, serta orientasi perilaku sehat. Temuan ini memperlihatkan bahwa isu konsumsi gula memerlukan pendekatan komunikasi yang terarah karena berkaitan langsung pada peningkatan risiko penyakit tidak menular, khususnya diabetes melitus.

Konsumsi gula berlebih merupakan persoalan kesehatan masyarakat yang memerlukan perhatian berkelanjutan. Anjuran Kementerian Kesehatan Republik Indonesia mengenai batas konsumsi gula harian, yaitu 50 gram atau setara empat sendok makan per orang per hari, menjadi dasar penting dalam edukasi kesehatan masyarakat (Kementerian Kesehatan RI, 2024). Akan tetapi, pemahaman masyarakat mengenai gula masih cenderung terbatas pada gula pasir yang ditambahkan ke makanan atau minuman. Padahal, gula juga terdapat pada minuman kemasan, makanan ringan, produk olahan, makanan cepat saji, serta minuman berpemanis. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya kampanye kesehatan yang mampu menjelaskan persoalan gula secara lebih konkret dan aplikatif.

Temuan penelitian memperlihatkan perbedaan karakter antara kampanye digital tingkat nasional dan kampanye digital tingkat lokal. Kampanye nasional yang dilakukan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia lebih menonjol pada aspek edukasi substansial, seperti batas konsumsi gula, garam, lemak, risiko penyakit tidak menular, serta pencegahan diabetes. Sementara itu, kampanye lokal di Kota Bengkulu lebih banyak menampilkan ajakan pemeriksaan kesehatan, skrining gula darah, Cek Kesehatan Gratis, serta penerapan pola hidup sehat. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kampanye nasional dan lokal memiliki fungsi yang saling melengkapi. Kampanye nasional berperan sebagai rujukan edukatif karena menyajikan pesan kesehatan yang lebih sistematis mengenai konsumsi gula. Pesan tersebut penting karena memberikan dasar pengetahuan bagi masyarakat untuk memahami risiko konsumsi gula berlebih. Sementara itu, kampanye lokal memiliki kekuatan pada kedekatan layanan, sebab pesan yang disampaikan lebih mudah dikaitkan pada fasilitas kesehatan setempat, seperti Puskesmas, Posbindu, kader kesehatan, sekolah, kelurahan, serta komunitas masyarakat. Oleh karena itu, integrasi antara substansi pesan nasional dan kekuatan jaringan lokal menjadi kebutuhan penting dalam penguatan kampanye digital kesehatan di Kota Bengkulu. Dalam perspektif komunikasi kesehatan, efektivitas kampanye tidak hanya ditentukan oleh keberadaan media, tetapi juga oleh kualitas pesan. Pesan kesehatan perlu memiliki kejelasan, relevansi, kedekatan sosial, serta arahan tindakan yang mudah diterapkan. Kampanye yang hanya berisi imbauan umum berpotensi kurang efektif karena masyarakat belum tentu memahami langkah praktis yang perlu dilakukan. Oleh sebab itu, kampanye konsumsi gula perlu memuat pesan yang lebih spesifik, seperti cara membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi, memahami kandungan gula pada minuman kemasan, memilih makanan rendah gula, serta melakukan pemeriksaan gula darah secara rutin.

Berdasarkan hasil penelitian, kampanye digital lokal masih dominan pada ajakan pemeriksaan kesehatan dan pola hidup sehat secara umum. Pesan semacam ini penting, tetapi belum cukup untuk membentuk literasi kesehatan yang lebih kritis. Masyarakat tidak hanya perlu mengetahui pentingnya pemeriksaan kesehatan, tetapi juga perlu memiliki kemampuan untuk menilai informasi gizi dan membuat keputusan konsumsi secara mandiri. Oleh karena itu, kampanye lokal perlu diperkuat melalui konten edukatif yang lebih praktis, visual, dan dekat pada kebiasaan konsumsi masyarakat sehari-hari.

Temuan penelitian juga dapat dibaca melalui konsep literasi kesehatan Nutbeam (2000), yaitu literasi fungsional, literasi interaktif, dan literasi kritis. Literasi fungsional tampak pada pesan dasar mengenai bahaya konsumsi gula berlebih, risiko diabetes, serta pentingnya pola hidup sehat. Literasi interaktif tampak pada ajakan masyarakat untuk mengikuti pemeriksaan kesehatan, mendatangi Puskesmas, serta memanfaatkan Posbindu. Namun, literasi kritis masih perlu diperkuat karena kampanye belum banyak menampilkan pesan yang mendorong masyarakat untuk membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi, serta menilai promosi makanan dan minuman manis secara lebih selektif.



Literasi kritis menjadi aspek penting karena masyarakat hidup dalam lingkungan digital yang sarat promosi makanan dan minuman tinggi gula. Produk minuman berpemanis, makanan ringan, serta makanan cepat saji sering dipromosikan melalui tampilan visual yang menarik dan dekat pada gaya hidup masyarakat. Tanpa kemampuan kritis, masyarakat dapat menerima pesan komersial tersebut secara pasif. Oleh sebab itu, kampanye digital kesehatan perlu berfungsi sebagai penyeimbang terhadap arus promosi konsumsi tinggi gula. Kampanye kesehatan perlu memberi bekal pengetahuan agar masyarakat mampu memilah informasi, membaca kandungan gizi, serta mengendalikan kebiasaan konsumsi. Dalam perspektif komunikasi pengembangan masyarakat, kampanye digital seharusnya tidak diposisikan hanya sebagai aktivitas publikasi. Kampanye digital perlu menjadi bagian dari proses penyadaran, edukasi, partisipasi, dan pemberdayaan masyarakat. Freire (1970) menekankan pentingnya komunikasi dialogis yang menempatkan masyarakat sebagai subjek perubahan, bukan sekadar penerima pesan. Oleh karena itu, kampanye digital kesehatan perlu membuka ruang partisipasi masyarakat melalui diskusi, tanya jawab, testimoni, keterlibatan kader, serta penguatan komunitas lokal.

Model komunikasi pengembangan masyarakat berbasis kampanye digital yang dirumuskan dalam penelitian ini memperlihatkan alur komunikasi yang dimulai dari data kesehatan lokal, perumusan pesan kampanye, distribusi melalui media digital, penguatan melalui Puskesmas dan Posbindu, peningkatan literasi kesehatan, serta perubahan perilaku masyarakat. Model tersebut menegaskan bahwa media digital merupakan pintu masuk komunikasi, sedangkan keberlanjutan perubahan perilaku memerlukan dukungan aktor lokal dan ruang partisipasi masyarakat. Keterlibatan Puskesmas, Posbindu, kader kesehatan, sekolah, kelurahan, keluarga, dan komunitas masyarakat menjadi faktor penting dalam memperkuat kampanye digital. Media digital mampu memperluas jangkauan pesan, sementara aktor lokal mampu menerjemahkan pesan tersebut ke dalam kegiatan nyata di masyarakat. Sinergi antara pesan digital dan aktivitas komunitas dapat meningkatkan peluang terbentuknya perubahan perilaku, seperti pengurangan konsumsi gula, pemilihan makanan sehat, pemeriksaan kesehatan berkala, serta peningkatan kesadaran terhadap risiko diabetes.

Pembahasan ini menegaskan bahwa kampanye digital mengenai konsumsi gula di Kota Bengkulu perlu dikembangkan secara lebih sistematis, aplikatif, dan partisipatif. Kampanye tidak cukup hanya menyampaikan informasi umum, tetapi perlu diarahkan pada peningkatan literasi kesehatan yang mencakup aspek fungsional, interaktif, dan kritis. Integrasi antara media digital, pesan kesehatan, layanan lokal, kader kesehatan, serta partisipasi masyarakat dapat menjadikan kampanye digital sebagai model komunikasi pengembangan masyarakat yang relevan dalam upaya pengendalian konsumsi gula dan pencegahan diabetes melitus di Kota Bengkulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kampanye digital mengenai konsumsi gula di Kota Bengkulu dapat dipahami sebagai salah satu bentuk komunikasi kesehatan yang memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi kesehatan masyarakat. Kampanye digital yang dianalisis berasal dari sumber nasional dan lokal, seperti Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, Media Center Kota Bengkulu, Puskesmas, serta kanal layanan kesehatan masyarakat. Kampanye tersebut disampaikan melalui artikel website, poster digital, infografis, video pendek, serta unggahan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye nasional lebih kuat pada aspek edukasi mengenai batas konsumsi gula, risiko penyakit tidak menular, serta pencegahan diabetes melitus. Sementara itu, kampanye lokal di Kota Bengkulu lebih dominan menampilkan ajakan pemeriksaan kesehatan, skrining gula darah, Cek Kesehatan Gratis, serta pola hidup sehat. Kedua bentuk kampanye tersebut memiliki fungsi yang saling melengkapi, karena kampanye nasional memberikan dasar edukasi, sedangkan kampanye lokal menghubungkan pesan kesehatan pada layanan masyarakat.

Kampanye digital tentang konsumsi gula di Kota Bengkulu telah mencakup literasi kesehatan fungsional dan interaktif. Literasi fungsional tampak pada pesan dasar mengenai bahaya konsumsi gula berlebih, risiko diabetes, serta pentingnya menjaga pola makan. Literasi interaktif tampak pada ajakan masyarakat untuk melakukan pemeriksaan kesehatan, memanfaatkan layanan Puskesmas, serta mengikuti kegiatan Posbindu. Namun, aspek literasi kritis masih perlu diperkuat, terutama terkait kemampuan masyarakat membaca label gizi, mengenali gula tersembunyi, serta menilai kandungan gula pada makanan dan minuman kemasan.

Model komunikasi pengembangan masyarakat berbasis kampanye digital yang dirumuskan dalam penelitian ini menempatkan media digital sebagai pintu masuk komunikasi kesehatan. Model tersebut

mencakup data kesehatan lokal, pesan kampanye, media digital, Puskesmas, Posbindu, kader kesehatan, literasi kesehatan, serta perubahan perilaku masyarakat. Melalui model ini, kampanye digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen penyadaran, edukasi, pemberdayaan, dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengendalikan konsumsi gula.

Saran

Dinas Kesehatan Kota Bengkulu perlu mengembangkan kampanye digital yang lebih sistematis, konsisten, dan aplikatif. Konten kampanye sebaiknya tidak hanya berisi imbauan umum mengenai pola hidup sehat, tetapi juga memuat informasi praktis, seperti batas konsumsi gula harian, cara membaca label gizi, contoh kandungan gula pada minuman kemasan, serta langkah sederhana untuk mengurangi konsumsi gula. Puskesmas, Posbindu, kader kesehatan, sekolah, kelurahan, keluarga, dan komunitas masyarakat perlu dilibatkan secara lebih aktif dalam memperkuat kampanye digital. Keterlibatan aktor lokal penting agar pesan kesehatan tidak hanya berhenti pada ruang digital, tetapi juga diterapkan melalui kegiatan edukasi, pemeriksaan kesehatan, diskusi masyarakat, serta pendampingan perilaku hidup sehat. Kampanye digital kesehatan perlu diarahkan untuk meningkatkan literasi kritis masyarakat. Masyarakat perlu diberi pemahaman agar mampu menilai informasi kesehatan, mengenali promosi makanan dan minuman tinggi gula, membaca informasi nilai gizi, serta mengambil keputusan konsumsi yang lebih sehat. Penguatan literasi kritis penting agar masyarakat tidak hanya mengetahui bahaya gula berlebih, tetapi juga mampu mengendalikan kebiasaan konsumsi secara mandiri.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji respons masyarakat terhadap kampanye digital mengenai konsumsi gula. Kajian tersebut dapat dilakukan melalui wawancara, survei, atau observasi perilaku masyarakat agar efektivitas kampanye digital dapat dinilai secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat membandingkan kampanye digital kesehatan di beberapa daerah lain agar model komunikasi yang dikembangkan menjadi lebih luas dan relevan bagi konteks kesehatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- ANTARA Bengkulu. (2024). Dinkes Bengkulu imbau warga kurangi konsumsi gula. (disitasi sebagai ANTARA Bengkulu, 2024).
- Dinas Kesehatan Kota Bengkulu. (2025). Profil Kesehatan Kota Bengkulu Tahun 2024. (disitasi sebagai Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, 2025).
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. (disitasi sebagai Freire, 1970).
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2024). Cegah meningkatnya diabetes, jangan berlebihan konsumsi gula, garam, lemak. (disitasi sebagai Kementerian Kesehatan RI, 2024).
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2013). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2013 tentang pencantuman informasi kandungan gula, garam, dan lemak serta pesan kesehatan untuk pangan olahan dan pangan siap saji. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/172111/permenkes-no-30-tahun-2013>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2014). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 tentang Pedoman Gizi Seimbang. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/119080/permenkes-no-41-tahun-2014>
- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. (disitasi sebagai Nutbeam, 2000).
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public Communication Campaigns*. (disitasi sebagai Rice & Atkin, 2013).
- Servaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. (disitasi sebagai Servaes, 2008).
- Sørensen, K., Van den Broucke, S., Fullam, J., Doyle, G., Pelikan, J., Slonska, Z., & Brand, H. (2012). Health literacy and public health: A systematic review and integration of definitions and models. (disitasi sebagai Sørensen et al., 2012).