



## **Peran Sosial Media dalam Promosi Kesehatan: Kajian Literatur**

Fika Ayu Cahaya<sup>1</sup>, Widya Sari<sup>3</sup>, Dina Amila Rambe<sup>4</sup>, Zulfadli Lingga<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, UIN Sumatera Utara

<sup>2</sup>Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, UIN Sumatera Utara

<sup>3</sup>Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, UIN Sumatera Utara

<sup>4</sup>Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, UIN Sumatera Utara

<sup>1</sup>cahayahasibuan1234@gmail.com, <sup>2</sup>widyawidyasari69@gmail.com,

<sup>3</sup>dinarambe79@gmail.com

### **ABSTRAK**

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, perubahan sosial dan ekonomi semakin dipengaruhi oleh media sosial. Penelitian ini menganalisis literatur internasional untuk merinci peran media sosial dalam promosi kesehatan. Hasil temuan menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Facebook dan Twitter, efektif menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa memandang faktor pendidikan atau ras. Media sosial membawa perubahan dalam penyampaian pesan kesehatan dengan melibatkan interaksi satu-satu dan banyak-ke-banyak secara bersamaan. Facebook memiliki potensi besar dalam meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi kesehatan, sedangkan Twitter, dengan pesan singkatnya, memberikan kemampuan komunikasi efektif. Media sosial bukan hanya alat promosi kesehatan, tetapi juga sarana penting dalam penyebaran pengetahuan kesehatan, promosi perubahan perilaku, dan pemberdayaan masyarakat. Metode yang digunakan yakni analisis literatur dengan tujuan untuk merinci dan memahami peran media sosial dalam upaya promosi kesehatan. Strategi bijak dalam pemanfaatan media sosial oleh praktisi kesehatan dapat membawa dampak positif yang signifikan dalam mencapai kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Kata Kunci : Sosial Media, Teknologi Informasi, Kesehatan.

### **ABSTRACT**

*In the era of globalization and advances in information technology, social and economic changes are increasingly influenced by social media. This research analyzes international literature to elaborate on the role of social media in health promotion. The findings indicate that social media, especially Facebook and Twitter, effectively reach various layers of society without considering factors such as education or race. Social media brings changes in the delivery of health messages by involving one-on-one and many-to-many interactions simultaneously. Facebook holds significant potential in enhancing public access to health information, while Twitter, with its concise messages, provides effective communication capabilities. Social media is not only a tool for health promotion but also a crucial means for disseminating health knowledge, promoting behavioral changes, and empowering communities. The method used is literature analysis with the aim of detailing and understanding the role of social media in health promotion efforts. Wise strategies in utilizing social media by healthcare practitioners can have a significantly positive impact on achieving comprehensive community well-being.*

*Keywords: Social Media, Information Technology, Health.*



Lisensi

Lisensi Internasional Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0.

## 1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, perubahan dalam dinamika sosial, ekonomi, dan budaya semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi. Fenomena globalisasi telah mengubah cara manusia berinteraksi, mendapatkan informasi, dan berpartisipasi dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu aspek yang secara signifikan terpengaruh oleh globalisasi adalah bidang kesehatan masyarakat, di mana arus informasi dan pengetahuan dapat menyebar dengan cepat melintasi batas geografis dan budaya. Permintaan akan informasi yang akurat, tepat, dan terkini semakin meningkat sejalan dengan kemajuan yang pesat dalam teknologi informasi.[1]

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk dalam ranah kesehatan. Salah satu manifestasinya terletak pada sektor kesehatan, di mana optimalisasi pemanfaatan media digital menjadi kunci dalam upaya komunikasi, edukasi, dan penyampaian informasi. Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan, dinyatakan bahwa promosi kesehatan merupakan suatu proses pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan informasional, pengaruh, dan dukungan, dengan tujuan agar masyarakat dapat berperan aktif dalam mendorong perubahan perilaku yang mengarah pada peningkatan kesehatan hingga mencapai derajat kesehatan yang optimal.[2]

Fokus utama media sosial terletak pada interaktivitas. Media sosial berfungsi sebagai sarana yang mempermudah pertukaran informasi secara luas dan memberikan peluang untuk membentuk komunitas melalui dialog yang diselenggarakan secara daring,

yang memungkinkan pengguna untuk menghasilkan konten pribadi, seperti blog atau forum diskusi online.[3] Keberadaan konten ini memiliki nilai yang signifikan, terutama bagi para ahli pendidikan kesehatan yang sedang mencari data formatif guna merancang, menyesuaikan, dan mengevaluasi program serta kampanye yang ditujukan kepada audiens prioritas mereka. Dengan konsistensi yang ditunjukkan, media sosial memberikan peluang bagi konsumen untuk saling bertukar pesan kesehatan strategis melalui platform-platform populer seperti Facebook, YouTube, dan Pinterest, dengan berbagai mode penyampaian seperti teks, gambar, video, dan gif.

Pakar promosi kesehatan terus mencari metode baru dan efisien untuk mencapai berbagai kelompok usia. Pemanfaatan teknologi baru, khususnya media sosial, dapat menjadi strategi kunci dalam membantu mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi oleh mereka di bidang promosi kesehatan. Intervensi yang melibatkan saluran media sosial memiliki potensi besar untuk promosi kesehatan dan mengatasi beberapa keterbatasan yang diamati oleh strategi komunikasi kesehatan tradisional dengan meningkatkan potensi interaksi, keterlibatan, penyesuaian, dan partisipasi.[4]

Penelitian ini bertujuan untuk merinci dan memahami peran media sosial dalam upaya promosi kesehatan dengan tujuan menciptakan dampak positif pada usaha perubahan perilaku melalui penyelenggaraan edukasi kesehatan yang efektif. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mendorong peningkatan kesehatan secara menyeluruh di kalangan masyarakat. Dengan menggali lebih dalam mengenai kontribusi media sosial, penelitian ini berupaya menyusun pemahaman yang komprehensif terhadap bagaimana platform-platform tersebut dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk

membentuk pola pikir dan perilaku kesehatan yang lebih positif di tengah-tengah masyarakat.

## 2. Metode Penelitian

Guna memperoleh basis informasi yang komprehensif, penulis menggunakan metode penelitian dengan menganalisis mendalam terhadap literatur-literatur jurnal yang paling bersesuaian. Dalam kriteria seleksi jurnal tersebut, penelusuran difokuskan pada publikasi internasional yang memiliki cakupan topik yang terkait secara substansial. Yang mencakup pembahasan yang terhubung seperti “Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Informasi Kesehatan” “Sosial Media Sebagai Sarana Penyebar Informasi Kesehatan” Proses penelusuran mencakup analisis terhadap beberapa jurnal internasional serta jurnal yang memiliki relevansi dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini, yakni jurnal mengenai pemanfaatan media digital, jurnal yang membahas penggunaan sosial media, dan jurnal yang mengeksplorasi peran promotor kesehatan dalam melaksanakan promosi kesehatan yang berbasis pada media digital.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Media sosial [5] terbukti mampu menjangkau berbagai lapisan populasi tanpa memandang tingkat pendidikan, latar belakang ras/etnis, atau tingkat akses terhadap layanan kesehatan. Media sosial melalui platform internet memiliki potensi yang signifikan dalam menjalankan kampanye promosi kesehatan dan berbagai intervensi kesehatan lainnya.[1] Perkembangan teknologi informasi yang pesat memiliki kemampuan untuk menghantarkan pengetahuan dengan cepat, melewati batas-batas geografis dan budaya, terutama dalam konteks bidang kesehatan. Dalam penyusunan tulisan ini, penting untuk secara teoritis mengulas konsep promosi kesehatan dan

kepentingannya dalam pemanfaatan media sosial.

### 3.1. Urgensi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Kesehatan

Direktur Regional Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) untuk Eropa, menggambarkan perpaduan antara kesehatan elektronik (*eHealth*) dalam kesehatan masyarakat yang menawarkan komitmen global dan dedikasi terhadap pemanfaatan eHealth untuk semua orang. Pasien, tenaga kesehatan, kesehatan bergerak (*mobile health*), dan media sosial memiliki peran unik dalam promosi kesehatan, menyoroti perlunya manajemen data yang aman yang dapat memfasilitasi pengembangan obat yang lebih personal dan kebijakan kesehatan masyarakat yang lebih adil [6]. Indonesia mengartikan promosi kesehatan sebagai usaha untuk meningkatkan kapabilitas masyarakat melalui pendekatan pembelajaran yang bersifat kolaboratif, yakni dari, oleh, untuk, dan bersama masyarakat, dengan tujuan agar mereka mampu mandiri dan mengembangkan kegiatan bersumber daya masyarakat sesuai dengan konteks sosial budaya lokal. Pendekatan ini didukung oleh kebijakan publik yang berorientasi pada kesehatan.

WHO untuk bermitra dengan Kanada dalam menyelenggarakan konferensi internasional tentang Promosi Kesehatan pada tahun 1986. Konferensi ini diadakan di Ottawa dan menghasilkan tidak hanya "Piagam Ottawa untuk Promosi Kesehatan" tetapi juga menjadi pengantar untuk konferensi internasional berikutnya tentang promosi kesehatan. Piagam Ottawa mendefinisikan Promosi Kesehatan sebagai proses memungkinkan individu meningkatkan kontrol dan meningkatkan kesehatan mereka. Untuk mencapai keadaan kesejahteraan fisik, mental, dan sosial yang lengkap, individu atau kelompok harus mampu mengidentifikasi dan mewujudkan

aspirasi, memenuhi kebutuhan, dan mengubah atau mengatasi lingkungan. Kesehatan, oleh karena itu, dianggap sebagai sumber daya untuk kehidupan sehari-hari, bukan tujuan dari hidup. Kondisi dan sumber daya mendasar untuk kesehatan mencakup: perdamaian, tempat tinggal, pendidikan, makanan, pendapatan, ekosistem yang stabil, sumber daya yang berkelanjutan, keadilan sosial, dan kesetaraan. Promosi kesehatan oleh karena itu bukan hanya tanggung jawab sektor kesehatan, tetapi melibatkan aspek-aspek lebih dari gaya hidup sehat untuk kesejahteraan.[7] Media sosial merujuk pada segala alat atau platform Teknologi Informasi dan Komunikasi yang terhubung dalam suatu jaringan. Sumber daya utama dan nilai dari media sosial ini bersumber dari partisipasi pengguna, memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan kontennya sebagai bagian dari sebuah pergerakan komunikasi yang lebih luas yang diorganisir di bawah konsep Web 2.0.[8][9] Kemampuan untuk memberikan komentar, berbagi, berkontribusi, dan mengabungkan konten yang sudah ada adalah hal yang membedakan media sosial dari bentuk-bentuk lain seperti televisi, cetak, radio, dan situs web awal. Media sosial mengubah cara pesan komunikasi kesehatan disampaikan, bukan hanya dari satu ke banyak, melainkan juga melibatkan sekaligus satu ke satu dan banyak ke banyak secara bersamaan.[10]

Pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan perubahan perilaku kesehatan telah dijelajahi dalam berbagai topik pencegahan dan perilaku kesehatan. Topik-topik tersebut mencakup obesitas, berhenti merokok, pencegahan kanker, diabetes, kesehatan mulut, gangguan makan, pencegahan COVID-19, pencegahan bunuh diri, dan kesehatan mental dan kesejahteraan.[11] Melalui media sosial, rumah sakit dapat memberikan edukasi kesehatan secara lebih luas dan dapat diakses

oleh berbagai lapisan masyarakat. Informasi terkini mengenai layanan medis, program pencegahan, dan inisiatif kesehatan dapat dengan cepat disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai platform media sosial. Seiring dengan meratanya akses ke Internet, platform seluler, dan teknologi dalam beberapa tahun terakhir [12], praktisi kesehatan masyarakat dan promosi kesehatan kini memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memanfaatkan inovasi di bidang ini. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penyebaran pengetahuan profesional dan meningkatkan kualitas praktik dalam upaya pemberdayaan kesehatan masyarakat.[13] Dengan demikian, diharapkan bahwa praktisi di bidang kesehatan memiliki kapasitas untuk bekerja sama dan menyatukan media sosial ke dalam strategi promosi kesehatan.

### 3.2. Ciri-ciri Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan

Penggunaan Internet yang melibatkan partisipasi aktif, yang umumnya dikenal sebagai "media sosial," telah mengalami revolusi dan mengubah cara komunikasi yang ada [14]. Media sosial memfasilitasi tampilan informasi secara kreatif, sambil secara bersamaan memengaruhi, memotivasi, dan melibatkan individu dalam isu-isu kesehatan yang penting. Media sosial memberikan kemudahan untuk menampilkan informasi secara kreatif, sekaligus memengaruhi, memotivasi, dan melibatkan individu dalam isu-isu kesehatan yang memiliki signifikansi.[15] pada era konsep web 2.0 bersumber dari partisipasi pengguna, memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan kontennya sebagai bagian dari sebuah pergerakan komunikasi yang lebih luas yang diorganisir.[8] Situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter memberikan platform yang menjanjikan bagi penyedia pengetahuan kesehatan untuk terlibat dengan masyarakat dalam upaya pencegahan masalah kesehatan primer. [16].

### 3.3. Facebook

Facebook berfungsi sebagai platform untuk membuat jaringan sosial online dengan pengguna lain dan berbagi informasi pribadi serta konten lainnya dengan jaringan pengguna. Facebook juga memungkinkan penggunaan visual, video, pesan, dan konektivitas jaringan yang paling interaktif dan luas. Facebook adalah suatu platform yang bersifat publik dan, dalam banyak situasi, mencakup berbagai lapisan masyarakat. [17] Halaman khusus di Facebook yang diarahkan untuk mengatasi layanan kesehatan, praktisi kesehatan masyarakat, dan aspek-aspek lainnya. Dalam konteks ini, informasi yang berkaitan dengan kesehatan dapat dibagikan di Facebook. Oleh karena itu, Facebook memiliki potensi besar untuk memengaruhi perilaku kesehatan individu dengan meningkatkan akses mereka terhadap informasi kesehatan dan, dengan demikian, dapat meningkatkan hasil Kesehatan. Facebook adalah suatu platform yang bersifat publik dan, dalam banyak situasi, mencakup berbagai lapisan masyarakat. Halaman khusus di Facebook yang diarahkan untuk mengatasi layanan kesehatan, praktisi kesehatan masyarakat, dan aspek-aspek lainnya.[18].

Dalam penelitian yang berjudul "Seeking Support on Facebook: A Content Analysis of Breast Cancer Groups" yang dilakukan oleh JL. Bender dan rekannya, tujuannya adalah untuk mengeksplorasi karakteristik tujuan, penggunaan, dan pencipta kelompok (group) Facebook yang terkait dengan kanker payudara. Penelitian ini terfokus pada situs Facebook dengan kata kunci "breast cancer". Peneliti melakukan analisis pada kelompok-kelompok yang berhubungan dengan kanker payudara, beroperasi dalam bahasa Inggris, dan terbuka untuk umum. Dengan memahami tujuan kelompok dan informasi dari administrator grup, peneliti menemukan

adanya 620 grup kanker payudara di Facebook dengan total 1.090.397 anggota. Grup-grup ini dibentuk untuk berbagai keperluan, seperti penggalangan dana (44,7%), kesadaran (38,1%), promosi produk atau jasa terkait penggalangan dana (61,9%), dan memberikan dukungan bagi pasien (46,7%).[19] Temuan ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya Facebook, efektif sebagai alat difusi informasi yang memainkan peran penting dalam promosi kesehatan.

### 3.4. Twitter

Pada awal tahun 2009, Twitter menduduki peringkat ketiga sebagai situs jejaring sosial paling populer dengan jumlah pengunjung unik lebih dari 54 juta setiap bulannya. Antarmuka web ini memberikan kemampuan kepada pengguna untuk mengirimkan pesan singkat berbasis teks atau tweet dengan panjang 140 karakter atau kurang, yang dapat dibaca oleh banyak orang.[20] Pengguna memiliki opsi untuk mengikuti pengguna Twitter lain dan menerima notifikasi saat mereka mengirimkan tweet baru. Meskipun tindakan mengikuti dapat bersifat saling mengikuti, tidak selalu berarti bahwa pengguna yang diikuti oleh pengguna lain memberikan tanggapan balik. Sebagai situs jejaring sosial dengan pertumbuhan tercepat, Twitter memberikan kemampuan kepada organisasi kesehatan untuk berkomunikasi dengan audiens target dan banyak orang lainnya melalui pengiriman pesan singkat tanpa memerlukan upaya yang besar. Pesan-pesan mereka yang ringkas namun memiliki makna dan informatif bahkan dapat menjadi topik penting yang menjadi tren melalui retweeting, memfasilitasi aliran informasi kesehatan melalui ekologi jaringan yang dinamis dan terus berkembang. Untuk mengidentifikasi peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi kesehatan, penting untuk memahami bagaimana

organisasi terkait kesehatan menggunakan Twitter untuk menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat.[21].

Dalam kajian mengenai peran Twitter yang dilakukan oleh Mark Myslín dan tim peneliti, berjudul "*Using Twitter to Examine Smoking Behavior and Perceptions of Emerging Tobacco Products*," tujuannya adalah untuk mengembangkan analisis konten dan sentimen terhadap posting di Twitter yang berkaitan dengan produk tembakau, dengan fokus khusus pada produk baru seperti shisha dan vape. Hasil penelitian menunjukkan bahwa genre yang paling umum terkait dengan opini dan pengalaman pertama. Tema yang paling sering muncul melibatkan hookah, upaya berhenti, dan kesenangan. Analisis terhadap 4.215 tweet menunjukkan bahwa sentimen keseluruhan terhadap tembakau cenderung lebih positif (46%) dibandingkan dengan sentimen negatif (32%) atau netral; ini tidak termasuk 9% tweet yang dikategorikan sebagai tweet pemasaran. Shisha dan vape muncul dengan sentimen positif, sementara produk tembakau tradisional dan referensi umum cenderung memiliki sentimen negatif.[22]

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mark Myslín dan rekannya bahwa tingginya prevalensi sentimen positif terhadap tembakau memperlihatkan korelasi yang kompleks dengan citra sosial, pengalaman pribadi, dan popularitas produk baru, seperti Shisha dan rokok elektronik. Terdapat beberapa persepsi yang tidak selaras antara produk (Shisha dan vape) dengan efek kesehatan yang dihasilkan, menciptakan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam konteks edukasi pengendalian tembakau. Sebagai situs jejaring sosial yang berkembang dengan cepat, Twitter memungkinkan organisasi kesehatan berkomunikasi dengan audiens target dan banyak orang lainnya dengan mengirimkan

pesan singkat tanpa memerlukan usaha yang signifikan. Pesan mereka yang singkat namun bermakna dan informatif bahkan dapat menjadi topik penting yang menjadi tren melalui retweeting, sehingga memfasilitasi aliran informasi kesehatan melalui ekologi jaringan yang dinamis dan berkembang. Selain itu, Twitter juga dianggap sebagai wadah berdiskusi dalam konsep sosial media, memainkan peran penting sebagai tempat diskusi, penyebaran informasi, dan advokasi untuk kesehatan. Untuk mengidentifikasi peluang dalam mengadopsi media sosial sebagai medium komunikasi kesehatan, penting untuk memahami bagaimana organisasi terkait kesehatan menggunakan Twitter untuk menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat

#### **4. Kesimpulan**

Media sosial, terutama melalui platform seperti Facebook dan Twitter, memainkan peran krusial dalam promosi kesehatan dengan kemampuannya menjangkau berbagai lapisan populasi tanpa memandang faktor-faktor seperti pendidikan, ras/etnis, atau akses terhadap layanan kesehatan. Pentingnya media sosial dalam konteks promosi kesehatan ditekankan oleh WHO, yang menggarisbawahi peran uniknya bersama eHealth, pasien, tenaga kesehatan, dan kesehatan bergerak. Konsep promosi kesehatan sebagai usaha meningkatkan kapabilitas masyarakat melalui pendekatan kolaboratif juga menjadi sorotan. Sebagai bagian dari konsep Web 2.0, media sosial memungkinkan partisipasi pengguna dan mengubah cara pesan kesehatan disampaikan. Facebook efektif dalam mendukung kelompok-kelompok kanker payudara dan menyebarkan informasi kesehatan secara luas. Twitter, sebagai situs jejaring sosial yang berkembang cepat, memberikan kemampuan berkomunikasi dengan audiens target melalui pesan singkat, menunjukkan potensi edukatif

dalam mengatasi produk tembakau. Dengan demikian, media sosial bukan hanya sebagai alat promosi kesehatan, tetapi juga menjadi sarana penting dalam penyebaran pengetahuan kesehatan, promosi perubahan perilaku, dan pemberdayaan masyarakat. Strategi bijak dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi oleh praktisi kesehatan dapat membawa dampak positif yang signifikan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi efektivitas media sosial dalam kampanye kesehatan tertentu dan mengidentifikasi metode terbaik untuk memaksimalkan partisipasi dan keterlibatan audiens dalam konteks yang berbeda-beda. Selain itu, studi lebih lanjut juga diperlukan untuk memahami dampak jangka panjang dari intervensi kesehatan berbasis media sosial pada perilaku kesehatan masyarakat.

## 5. Daftar Pustaka

- [1] E. Leonita and N. Jalinus, "Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur," *INVOTEK J. Inov. Vokasional dan Teknol.*, vol. 18, no. 2, pp. 25–34, 2018, doi: 10.24036/invotek.v18i2.261.
- [2] Permenkes RI, "Permenkes RI No. 44 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit," *Kesehatan*, no. 1297, 2018.
- [3] M. Stellefson, S. R. Paige, B. H. Chaney, and J. D. Chaney, "Evolving role of social media in health promotion: Updated responsibilities for health education specialists," *Int. J. Environ. Res. Public Health*, vol. 17, no. 4, 2020, doi: 10.3390/ijerph17041153.
- [4] J. J. Levac and T. O'Sullivan, "Social media and its use in health promotion," 2010.
- [5] W. S. Chou, Y. M. Hunt, E. B. Beckjord, R. P. Moser, and B. W. Hesse, "Social media use in the United States: implications for health communication," *J. Med. Internet Res.*, vol. 11, no. 4, p. e1249, 2009.
- [6] World Health Organization, "E-Health and Public Health-A Perfect Marriage".
- [7] S. Kumar and G. S. Preetha, "Health promotion: An effective tool for global health," *Indian J. Community Med.*, vol. 37, no. 1, pp. 5–12, 2012, doi: 10.4103/0970-0218.94009.
- [8] B. W. Hesse, M. O'Connell, E. M. Augustson, W.-Y. S. Chou, A. R. Shaikh, and L. J. Finney Rutten, "Realizing the promise of Web 2.0: engaging community intelligence," *J. Health Commun.*, vol. 16, no. sup1, pp. 10–31, 2011.
- [9] D. Giustini, "How Web 2.0 is changing medicine," *Bmj*, vol. 333, no. 7582. British Medical Journal Publishing Group, pp. 1283–1284, 2006.
- [10] C. D. Norman, "Social media and health promotion," *Global health promotion*, vol. 19, no. 4. Sage Publications Sage UK: London, England, pp. 3–6, 2012.
- [11] A. Ghahramani, M. de Courten, and M. Prokofieva, "The potential of social media in health promotion beyond creating awareness: an integrative review," *BMC Public Health*, vol. 22, no. 1, pp. 1–13, 2022.
- [12] Pew Research Center, "Fact sheets," Washington, DC, 2017.
- [13] E. J. Conrad, M. Becker, B. Powell, and K. C. Hall, "Improving health promotion through the integration of technology, crowdsourcing, and social media," *Health Promot. Pract.*, vol. 21, no. 2, pp. 228–237, 2020.
- [14] M. Plaisime, C. Robertson-James, L. Mejia, A. Núñez, J. Wolf, and S. Reels, "Social media and teens: A needs assessment exploring the potential role of social media in promoting health," *Soc. Media+ Soc.*, vol. 6, no. 1, p. 2056305119886025, 2020.

- [15] C. A. Maher, L. K. Lewis, K. Ferrar, S. Marshall, I. De Bourdeaudhuij, and C. Vandelanotte, "Are health behavior change interventions that use online social networks effective? A systematic review," *J. Med. Internet Res.*, vol. 16, no. 2, p. e40, 2014.
- [16] S. Sharma, R. Kilian, and F.-H. Leung, "Health 2.0—lessons learned: social networking with patients for health promotion," *J. Prim. Care Community Health*, vol. 5, no. 3, pp. 208–210, 2014.
- [17] A. Acha-Anyi, P. N. Acha-Anyi, S. A. Asongu, and V. S. Tchamyou, "Social media for health promotion: A visual analysis of 'TB proof' South Africa's Facebook page," *Technol. Soc.*, vol. 63, p. 101386, 2020.
- [18] C. for D. C. and Prevention, "The health communicator's social media toolkit." Atlanta (GA), 2011.
- [19] J. L. Bender, M.-C. Jimenez-Marroquin, and A. R. Jadad, "Seeking support on facebook: a content analysis of breast cancer groups," *J. Med. Internet Res.*, vol. 13, no. 1, p. e1560, 2011.
- [20] L. Donelle and R. G. Booth, "Health tweets: an exploration of health promotion on twitter.," *Online J. Issues Nurs.*, vol. 17, no. 3, 2012.
- [21] H. Park, S. Rodgers, and J. Stemmler, "Analyzing health organizations' use of Twitter for promoting health literacy," *J. Health Commun.*, vol. 18, no. 4, pp. 410–425, 2013.
- [22] M. Myslín, S.-H. Zhu, W. Chapman, and M. Conway, "Using twitter to examine smoking behavior and perceptions of emerging tobacco products," *J. Med. Internet Res.*, vol. 15, no. 8, p. e2534, 2013.