

Designing Kidney Health Educational Content on Instagram for the Productive Age Group

Perancangan Desain Konten Edukasi Kesehatan Ginjal di Instagram bagi Kalangan Usia Produktif

Azizah Nur Diyanah¹, Ditya Fajar Rizkizha²

^{1,2}Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, Indonesia

*Corresponding author: dityafajar@isi-ska.ac.id

Article history

Received :

(DD-MM-YYYY)

Revised :

(DD-MM-YYYY)

Accepted :

(DD-MM-YYYY)

ABSTRACT

Kidney disease often goes unnoticed in its early stages, especially among productive age groups. The lack of awareness highlights the need for accessible health education. Instagram, a widely used visual platform among users aged 20–45, offers great potential for delivering health information. This study aims to design kidney health education content for Instagram tailored to the characteristics of productive age users. The research uses a design-based research (DBR) method with a qualitative-descriptive approach based on literature review. The results are used to develop educational content in the form of carousels, infographics, and engaging visual styles. Medical information is based on reliable sources such as WHO, the Indonesian Ministry of Health, and PERNEFRI. This study indicates that a structured design approach can enhance the effectiveness of kidney health education on social media.

Keywords: content design, health education, kidney, Instagram, productive age.

ABSTRAK

Penyakit ginjal sering kali tidak disadari sejak dini, terutama pada kalangan usia produktif. Minimnya kesadaran terhadap pentingnya menjaga kesehatan ginjal membuat edukasi yang mudah diakses sangat diperlukan. Instagram, sebagai platform visual yang banyak digunakan oleh masyarakat usia 20–45 tahun, memiliki potensi besar sebagai media edukasi kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain konten edukasi kesehatan ginjal di Instagram yang sesuai dengan karakteristik pengguna usia produktif. Metode yang digunakan adalah design-based research (DBR) dengan pendekatan kualitatif-deskriptif dan berbasis studi literatur. Hasil analisis digunakan untuk menyusun konten edukatif dalam format carousel, infografik, dan gaya visual yang menarik serta mudah dipahami. Informasi medis dalam

konten merujuk pada sumber tepercaya seperti WHO, Kementerian Kesehatan RI, dan PERNEFRI. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan desain yang terarah dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan edukatif mengenai kesehatan ginjal di media sosial.

Kata Kunci: Desain Konten, Edukasi Kesehatan, Ginjal, Instagram, Usia Produktif.

INTRODUCTION

Penyakit ginjal merupakan salah satu masalah kesehatan yang serius dan kerap tidak terdeteksi sejak dini, terutama pada kalangan usia produktif. Berdasarkan data dari Global Burden of Disease Study (2019), penyakit ginjal kronis menempati urutan ke-10 penyebab kematian terbanyak di dunia. Di Indonesia, prevalensi penyakit ginjal juga mengalami peningkatan signifikan, terutama disebabkan oleh gaya hidup yang tidak sehat, kurangnya kesadaran terhadap kesehatan tubuh, dan keterlambatan pemeriksaan fungsi ginjal secara rutin.

Kalangan usia produktif (20–45 tahun) cenderung memiliki aktivitas padat dan kurang memperhatikan gejala awal gangguan ginjal. Padahal, deteksi dan pencegahan dini sangat krusial untuk menurunkan risiko komplikasi yang lebih berat. Untuk itu, dibutuhkan strategi komunikasi kesehatan yang tidak hanya informatif tetapi juga mudah diakses dan relevan dengan karakteristik generasi digital.

Salah satu media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan edukasi kesehatan saat ini adalah Instagram. Platform ini memiliki jutaan pengguna aktif di Indonesia, dengan mayoritas berasal dari kalangan usia produktif. Instagram memungkinkan penyampaian pesan kesehatan secara visual dan interaktif, mulai dari infografik hingga video pendek, yang dapat menarik perhatian sekaligus meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap isu kesehatan tertentu (Statista, 2023; Kemp, 2024).

Melalui artikel ini, penulis membahas bagaimana merancang desain konten edukasi kesehatan ginjal secara strategis di Instagram, khususnya untuk menjangkau kalangan usia produktif. Perancangan ini tidak hanya memperhatikan aspek visual dan estetika, tetapi juga efektivitas penyampaian pesan, ketepatan sasaran audiens, dan integritas informasi medis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode design-based research (DBR). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk merancang dan mengembangkan solusi berbasis desain yang sesuai dengan konteks nyata, dalam hal ini edukasi kesehatan ginjal melalui media sosial Instagram. Proses ini juga menekankan pada iterasi dan evaluasi desain untuk memastikan konten yang dihasilkan efektif dalam menyampaikan pesan edukatif (Barab & Squire, 2004).

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder, berupa studi literatur dari jurnal ilmiah, laporan lembaga kesehatan, buku, dan artikel online yang relevan. Literatur tersebut mencakup teori edukasi kesehatan, prinsip desain komunikasi visual, serta data statistik pengguna media sosial, khususnya Instagram, yang banyak digunakan oleh kelompok usia produktif. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk membangun dasar konseptual dalam merancang konten edukasi ginjal yang valid, menarik, dan mudah dipahami (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014; Statista, 2023; Kemp, 2024).

RESULTS & DISCUSSION

Konten ini dirancang untuk menjawab kebutuhan edukasi pada kalangan usia produktif yang cenderung belum menyadari bahwa mereka berisiko mengalami gangguan ginjal. Slide pertama bertujuan membangun kesadaran awal dengan menyajikan fakta yang bertentangan dengan persepsi umum bahwa penyakit ginjal hanya menyerang lansia. Ini sesuai dengan pendekatan persuasive visual messaging dalam media sosial, di mana kejutan informasi mampu meningkatkan perhatian dan retensi pesan (Mayer, 2009).

Slide kedua berfungsi sebagai penguat logis dengan menyajikan data dan tren. Penggunaan infografik sederhana dan visual garis waktu bertujuan mempermudah pengguna memahami perubahan tren tanpa harus membaca paragraf panjang. Menurut Lidwell et al. (2010), visualisasi informasi dengan struktur yang jelas mampu meningkatkan pemrosesan kognitif, terutama bagi audiens digital.

Slide ketiga menekankan aksi konkret dan praktis. Dalam konteks usia produktif yang memiliki waktu terbatas, penting bagi konten edukatif untuk tidak hanya memberi informasi, tetapi juga menawarkan solusi singkat dan aplikatif. Penambahan CTA seperti “Simpan” dan “Bagikan” mengikuti strategi algoritma Instagram yang mendukung interaksi konten sebagai ukuran efektivitas penyebaran pesan edukasi (Kemp, 2024).

Secara keseluruhan, ketiga slide ini dirancang berdasarkan prinsip less is more dan bite-sized content, yang terbukti efektif untuk menyampaikan topik medis kompleks kepada pengguna media sosial berusia produktif (Manca & Ranieri, 2017). Dengan pendekatan ini, informasi penting mengenai tren penyakit ginjal dapat disampaikan secara singkat namun tetap berdampak.

Desain Edukasi

Hasil perancangan berupa tiga slide konten edukasi bertema “Trend Penyakit Ginjal Mulai Bergeser ke Usia Produktif” yang dikemas dalam format carousel Instagram. Ketiga desain visual ini ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat usia produktif tentang pentingnya deteksi dini dan perawatan ginjal.



Gambar 1. Desain Edukasi Ginjal Slide 1

Slide pertama menampilkan judul informatif dan ajakan sadar: “Trend Penyakit Ginjal Mulai Bergeser ke Usia Produktif”. Kalimat pendukung menyampaikan fakta bahwa penyakit ginjal kini menjadi penyebab kematian ke-10 di Indonesia, dengan lebih dari 42 ribu kematian per tahun. Elemen visual berupa anak muda yang sedang bersosialisasi digunakan untuk menyesuaikan dengan target audiens usia 20–40 tahun. Tujuan utama dari slide ini adalah membangun awareness terhadap risiko penyakit ginjal yang kini tidak lagi eksklusif pada usia lanjut, namun mulai menyerang kalangan muda (Kemenkes RI, 2022; WHO, 2023).



Gambar 2. Desain Edukasi Ginjal Slide 2

Edukasi Gejala dan Tanda Awal

Konten ini menampilkan gejala yang menjadi indikator gangguan ginjal seperti bengkak (edema), nyeri pinggang, penurunan frekuensi urin, hematuria (urin kemerahan), mual, muntah, dan anemia. Informasi disusun secara ringkas dengan ikon warna berbeda untuk setiap gejala, memudahkan pembaca untuk memindai informasi dengan cepat. Ilustrasi orang muda dengan ekspresi sakit diperlihatkan untuk menegaskan konteks usia produktif. Penekanan pada edukasi tanda awal ini penting karena banyak penderita ginjal kronik baru terdeteksi saat fungsi ginjal sudah

menurun drastis (PERNEFRI, 2023).

#SOBAikupdate

PAKET MEDICAL CHECK UP GINJAL

Be Safe, Be Healthier, Be Happier

Penting diingat bahwa gejala penyakit ginjal sering kali tidak muncul pada tahap awal. Deteksi dini melalui **MCU Ginjal** terutama bagi individu dengan faktor risiko seperti hipertensi, diabetes, atau riwayat keluarga penyakit ginjal.

PAKET PREMIUM Rp 930.000

Konsultasi Dokter Spesialis Penyakit Dalam (Ginjal-Hipertensi)
USG Ginjal
Laboratorium:
Darah Lengkap, Ureum, Creatinin, Urin Rutin, Asam Urat, Gula Darah Puasa

PAKET BASIC Rp 530.000

Konsultasi Dokter Spesialis Penyakit Dalam
Laboratorium:
Darah Lengkap, Ureum, Creatinin, Urin Rutin, Asam Urat, Gula Darah Puasa

Syarat dan Ketentuan:

1. Harga paket sudah ALL IN
2. Puasa minimal 8 jam sebelum pemeriksaan
3. Promo Berlaku sampai 31 Desember 2023

Waspada Ginjal Bermasalah! Cek Fungsi, Cegah Risiko!

Pendaftaran & Info Selengkapnya
0821 1010 3388

0271 - 620220 / 08113 620220 | @droen_solobaru | rs@droensolobaru.com | droensolobaru.com

Gambar 3. Desain Edukasi Ginjal Slide 3

Ajakan Pemeriksaan dan Paket MCU Ginjal

Slide ini menyajikan layanan pemeriksaan ginjal (Medical Check Up) dengan dua pilihan paket: Premium dan Basic. Slide ini menggabungkan elemen edukasi dan promosi layanan kesehatan dalam satu tampilan yang tetap informatif. Teks seperti *“Gejala sering kali tidak muncul pada tahap awal”* menjadi pengingat pentingnya deteksi dini, terutama bagi mereka dengan riwayat hipertensi, diabetes, atau keluarga dengan penyakit ginjal. Format ini sekaligus mendukung langkah preventif yang dapat dilakukan masyarakat usia produktif.

Desain konten ini menggambarkan penerapan prinsip komunikasi visual yang efektif, yaitu kombinasi antara kesederhanaan teks, kekuatan ilustrasi, dan call to action yang jelas. Dengan menyasar kalangan usia produktif, desain memanfaatkan bahasa yang ringan, ringkas, namun tetap akurat secara medis. Pemilihan visual anak muda dalam suasana santai namun relevan dengan pesan kesehatan, membantu menghilangkan kesan bahwa penyakit ginjal hanya dialami oleh orang tua. Hal ini selaras dengan temuan Rosen et al. (2011) yang menyatakan bahwa audiens digital cenderung lebih terlibat pada konten yang mencerminkan situasi nyata mereka.



Konten gejala dirancang berbasis prinsip *information chunking*, di mana informasi kompleks dibagi menjadi potongan kecil yang mudah dipahami, seperti yang disarankan dalam teori pembelajaran multimedia oleh Mayer (2009). Ini penting untuk edukasi medis di media sosial, yang memiliki keterbatasan durasi perhatian pengguna. Penggunaan palet warna berbeda untuk setiap poin memperkuat identifikasi cepat, seperti yang disarankan oleh Lidwell et al. (2010) dalam *Universal Principles of Design*.

Sementara slide ketiga mengintegrasikan edukasi dan promosi layanan, yang tidak hanya memberi pengetahuan tetapi juga solusi praktis. Strategi ini dinilai efektif untuk meningkatkan konversi edukasi menjadi tindakan nyata seperti pemeriksaan dini (Montag et al., 2019).

CONCLUSION

Perancangan konten edukasi kesehatan ginjal dengan judul “Trend Penyakit Ginjal Mulai Bergeser ke Usia Produktif” menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram dapat menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi medis kepada kalangan usia produktif. Melalui pendekatan visual yang menarik, penyampaian data yang ringkas, serta pesan ajakan yang persuasif, konten ini mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya deteksi dini dan pencegahan penyakit ginjal.

Ketiga slide yang dirancang – yakni pemantik fakta, edukasi gejala, dan ajakan pemeriksaan – telah disesuaikan dengan karakteristik media sosial dan perilaku konsumsi informasi digital masyarakat usia 20–45 tahun. Pemilihan gaya visual yang ringan namun tetap profesional, serta bahasa yang komunikatif, dinilai mampu menjembatani kesenjangan antara informasi medis dan kebutuhan komunikasi publik.

Secara keseluruhan, perancangan ini menunjukkan bahwa strategi desain berbasis edukasi visual dapat mendukung upaya promosi kesehatan, terutama dalam konteks penyakit tidak menular seperti gangguan ginjal, yang kini trennya semakin menyerang usia muda. Upaya ini diharapkan dapat menjadi salah satu kontribusi

dalam memperkuat literasi kesehatan masyarakat dan mendorong perilaku hidup sehat sejak dini.

REFERENCES

1. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Buku Saku Hasil Riskesdas 2021*. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Kemenkes RI. <https://www.litbang.kemkes.go.id>
2. Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
3. Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design* (2nd ed.). Rockport Publishers.
4. Manca, S., & Ranieri, M. (2017). Networked scholarship and motivations for social media use in scholarly communication. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 18(2), 123–138. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v18i2.2859>
5. Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.
6. Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M., & Zweig, K. A. (2019). The impact of social media platforms on mental health: A review. *Behavioral Sciences*, 9(6), 48. <https://doi.org/10.3390/bs9060048>
7. Perhimpunan Nefrologi Indonesia. (2023). *Panduan deteksi dini dan pencegahan penyakit ginjal kronik*. PERNEFRI.
8. Rosen, L. D., Lim, A. F., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2011). An empirical examination of the educational impact of text message-induced task switching in the classroom: Educational implications and strategies to enhance learning. *Educational Psychology*, 31(1), 93–111. <https://doi.org/10.1080/01443410.2010.508510>
9. Statista. (2023). *Number of Instagram users in Indonesia from 2019 to 2023*. <https://www.statista.com/statistics/1074170/indonesia-number-of-instagram-users/>
10. Waszak, P. M., Kasprzycka-Waszak, W., & Kubanek, A. (2018). The spread of medical fake news in social media – The pilot quantitative study. *Health Policy and Technology*, 7(2), 115–118. <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2018.03.002>
11. World Health Organization. (2023). *World Kidney Day campaign toolkit 2023*. <https://www.worldkidneyday.org/2023-campaign/2023-toolkit/>