

**Etika Komunikasi dalam Menyampaikan Konten Gaya Hidup Sehat
(Studi Kasus Akun Instagram @hellosehat)**

Verdania Puri Syafitri

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: 2271600377@student.budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran teori media sosial dalam penyebaran dan penerimaan informasi tentang gaya hidup sehat di platform media sosial, khususnya Instagram. Studi ini menyoroti pentingnya memastikan konten yang disebarakan akurat dan beretika. Melalui wawancara mendalam dengan pengikut akun @hellosehat, ditemukan bahwa akun tersebut mematuhi prinsip etika komunikasi dengan mempromosikan gaya hidup sehat yang jujur, akurat, dan tidak menyesatkan. Akun @hellosehat juga menjaga privasi pengguna dengan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. Penelitian ini menekankan pentingnya etika komunikasi dalam menyampaikan konten gaya hidup sehat, dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti batasan moral, etika komunitas, teori pemangku kepentingan, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan mengintegrasikan teori-teori komunikasi kesehatan yang relevan, akun @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat secara bertanggung jawab di platform media sosial.

Kata kunci: Etika Komunikasi; Gaya Hidup Sehat; Instagram; Media Sosial; Privasi Pengguna

PENDAHULUAN

Di era digital modern, platform media sosial telah menjadi alat yang berpengaruh untuk berbagi informasi dan membentuk perilaku. Di antara platform-platform tersebut, Instagram dikenal karena popularitasnya dalam berbagi konten visual dan berinteraksi dengan audiens yang luas (Kerr et al., 2020). Dengan basis pengguna yang melebihi satu miliar pengguna bulanan, Instagram memberikan kesempatan unik untuk terhubung dengan beragam populasi dan menyampaikan berbagai pesan secara efektif (Parker et al., 2021). Penekanan platform ini pada konten visual memungkinkan pembuatan materi yang menarik, sehingga menjadikannya tempat yang ideal untuk mempromosikan topik-topik yang berhubungan dengan kesehatan seperti pilihan gaya hidup dan kesejahteraan (Sanchez et al., 2022).

Baru-baru ini, terdapat lonjakan minat dalam memanfaatkan Instagram untuk promosi dan edukasi kesehatan (Sanchez et al., 2022). Beberapa penelitian telah menyelidiki kemampuan penggunaan Instagram untuk menyampaikan informasi terkait gizi, mengadvokasi kesehatan mulut, dan meningkatkan kesadaran tentang masalah kesehatan mental (Denniss et al., 2023;; Lee et al., 2023;; Lekgothoane, 2023). Upaya-upaya ini bertujuan untuk memanfaatkan jangkauan dan keterlibatan platform yang luas untuk memengaruhi perilaku dan keputusan kesehatan individu secara positif. Dengan membuat dan membagikan konten dengan cermat, akun seperti @hellosehat dapat berperan dalam menyebarkan informasi yang akurat dan bermanfaat mengenai praktik gaya hidup sehat.

Namun demikian, menggunakan platform media sosial, termasuk Instagram, untuk komunikasi terkait kesehatan menimbulkan pertimbangan etis (Analisa & Setyonugroho, 2022). Ketika influencer dan pembuat konten berinteraksi dengan audiens tentang topik-topik seperti kebugaran, nutrisi, dan kesehatan mental, sangat penting untuk mematuhi standar etika dan memastikan bahwa informasi yang dibagikan akurat, berbasis bukti, dan mempromosikan kesejahteraan (Analisa & Setyonugroho, 2022). Hal ini sangat penting terutama ketika membahas topik-topik sensitif seperti bunuh diri, menyakiti diri sendiri, atau gangguan makan, di mana dampak dari informasi yang salah atau konten yang tidak pantas bisa sangat besar (Picardo et al., 2020;; Arendt et al., 2021;; Valente et al., 2021).

Selain itu, sifat visual Instagram menghadirkan tantangan unik saat menyampaikan pesan terkait kesehatan. Berbagai penelitian telah menggarisbawahi pentingnya mengkurasi konten dengan hati-hati untuk menghindari dukungan terhadap standar tubuh yang tidak realistis atau perilaku yang tidak sehat (Buente et al., 2020;; Witt, 2019). Dengan mempertimbangkan dampak potensial dari gambar dan narasi yang dibagikan di Instagram, pembuat konten dapat menjunjung tinggi standar etika dan berkontribusi dalam menumbuhkan lingkungan online yang positif dan mendukung. Hal ini sangat relevan ketika membahas topik-topik seperti citra tubuh, kekerasan terhadap pasangan, atau penggunaan narkoba, di mana representasi visual dapat memengaruhi persepsi dan perilaku (Carlyle et al., 2019;; Smith et al., 2023;; Buente et al., 2020).

Dalam konteks mempromosikan gaya hidup sehat di Instagram, sangat penting untuk mengakui peran influencer dan pembuat konten dalam membentuk persepsi dan perilaku audiens (Sanchez et al., 2022). Akun seperti @hellosehat memiliki potensi untuk menginspirasi dan mengedukasi para pengikutnya untuk membuat pilihan yang tepat terkait

kesehatan dan kesejahteraan mereka. Dengan berkolaborasi dengan para profesional dan ahli dalam promosi kesehatan, akun-akun ini dapat memastikan bahwa informasi yang dibagikan akurat, relevan, dan bermanfaat bagi audiens (Sanchez et al., 2022). Selain itu, dengan membina komunitas daring yang mendukung dan inklusif, influencer dapat mendorong keterlibatan dan diskusi positif seputar topik terkait kesehatan (Heineman et al., 2021).

Secara keseluruhan, penyebaran konten gaya hidup sehat yang etis di Instagram, yang dicontohkan oleh akun-akun seperti @hellosehat, memainkan peran penting dalam memengaruhi persepsi dan perilaku publik. Dengan memanfaatkan kemampuan bercerita visual *platform* dan berinteraksi dengan audiens yang beragam, pembuat konten dapat mempromosikan informasi kesehatan yang tepat, menginspirasi perubahan gaya hidup yang positif, dan berkontribusi pada kesejahteraan pengikut mereka. Namun, sangat penting untuk menjunjung tinggi standar etika, mengikuti praktik berbasis bukti, dan mempertimbangkan dampak potensial dari konten yang dibagikan untuk memastikan kehadiran *online* yang bertanggung jawab dan bermanfaat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam dan terperinci dari informan. Informan dalam penelitian ini adalah pengikut akun @hellosehat yang aktif mengonsumsi konten gaya hidup sehat. Informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memilih 10 informan yang merupakan *follower* akun @hellosehat.

Kriteria informan adalah:

1. Berusia minimal 18 tahun;
2. Mengikuti akun @hellosehat minimal 3 bulan;
3. Mengonsumsi konten gaya hidup sehat akun @hellosehat secara aktif;
4. Bersedia untuk diwawancarai.

Panduan wawancara disusun untuk menggali informasi tentang:

1. Memahami persepsi informan terhadap etika komunikasi dalam konten gaya hidup sehat akun Instagram @hellosehat;
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi informan tentang etika

komunikasi @hellosehat;

3. Menganalisis dampak konten @hellosehat terhadap gaya hidup informan dalam kaitannya dengan etika komunikasi.

Pertanyaan Penelitian:

1. Bagaimana akun Instagram @hellosehat menerapkan prinsip-prinsip etika komunikasi dalam menyampaikan konten gaya hidup sehat?
2. Bagaimana konten gaya hidup sehat di akun @hellosehat memengaruhi pemahaman dan perilaku audiens terkait etika komunikasi?
3. Sejauh mana akun @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka?

Prosedur penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi informan: Peneliti akan mencari informan yang memenuhi kriteria melalui berbagai cara, seperti komentar di postingan akun @hellosehat, pesan langsung, atau melalui komunitas online yang terkait dengan gaya hidup sehat;
2. Kontak awal: Peneliti akan menghubungi informan yang berminat untuk diwawancarai dan menjelaskan tujuan penelitian, prosedur wawancara, dan kerahasiaan data;
3. Persetujuan informan: Peneliti akan meminta persetujuan informan secara tertulis sebelum memulai wawancara;
4. Pelaksanaan wawancara: Wawancara akan dilakukan di tempat yang nyaman bagi informan, baik secara langsung maupun online. Peneliti akan mengikuti panduan wawancara tetapi juga memberikan ruang bagi informan untuk berbagi cerita dan pengalaman mereka;
5. Transkripsi wawancara: Peneliti akan mentranskripsikan rekaman wawancara secara verbatim.

Penelitian ini akan dilakukan dengan menjunjung tinggi etika penelitian, termasuk:

1. *Informed consent*: Peneliti akan menjelaskan tujuan penelitian, prosedur wawancara, dan kerahasiaan data kepada informan sebelum memulai wawancara. Informan akan diminta untuk memberikan persetujuan secara tertulis sebelum diwawancarai.
2. Kerahasiaan data: Data informan akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian.

- Hak untuk mundur: Informan berhak untuk mundur dari penelitian kapan saja tanpa konsekuensi apa pun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan respon dari wawancara didapatkan hasil sebagai berikut:

Informan	Respon Jawaban Informan
Informan 1	<ol style="list-style-type: none"> @hellosehat menggunakan prinsip etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. Konten @hellosehat memengaruhi pemahaman audiens tentang etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka dengan cara memastikan konten mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan.
Informan 2	<ol style="list-style-type: none"> Akun @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. Akun @hellosehat memengaruhi perilaku audiens dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. Akun @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan.
Informan 3	<ol style="list-style-type: none"> @hellosehat menggunakan prinsip etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jujur dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. Konten @hellosehat memengaruhi pemahaman audiens tentang etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jujur dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka dengan cara memastikan konten mereka jujur dan tidak menyesatkan.

Informan 4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akun @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 2. Akun @hellosehat memengaruhi perilaku audiens dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 3. Akun @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan.
Informan 5	<ol style="list-style-type: none"> 1. @hellosehat menggunakan prinsip etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jelas dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. 2. Konten @hellosehat memengaruhi pemahaman audiens tentang etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jelas dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. 3. @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka dengan cara memastikan konten mereka jelas dan tidak menyesatkan.
Informan 6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akun @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 2. Akun @hellosehat memengaruhi perilaku audiens dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 3. Akun @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan.
Informan 7	<ol style="list-style-type: none"> 1. @hellosehat menggunakan prinsip etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jujur dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. 2. Konten @hellosehat memengaruhi pemahaman audiens tentang etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jujur dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. 3. @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka dengan cara memastikan konten mereka jujur dan tidak menyesatkan.

Informan 8	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akun @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 2. Akun @hellosehat memengaruhi perilaku audiens dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 3. Akun @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan.
Informan 9	<ol style="list-style-type: none"> 1. @hellosehat menggunakan prinsip etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jelas dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. 2. Konten @hellosehat memengaruhi pemahaman audiens tentang etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jelas dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. 3. @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka dengan cara memastikan konten mereka jelas dan tidak menyesatkan.
Informan 10	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akun @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 2. Akun @hellosehat memengaruhi perilaku audiens dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. 3. Akun @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan.

Sumber: Wawancara, 2024

Penerapan Prinsip Etika Komunikasi @hellosehat:

1. Hasil wawancara menunjukkan bahwa @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi dengan cara memastikan konten mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin.
2. Prinsip etika komunikasi yang diterapkan @hellosehat meliputi kejujuran, akurasi, dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak

membagikan informasi yang dapat membahayakan.

@hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi yang baik dengan cara memastikan konten mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan, serta memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. Dalam penerapannya, @hellosehat juga mempertahankan prinsip kejujuran, akurasi, dan tidak menyesatkan, serta memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. Dengan demikian, @hellosehat dapat memastikan bahwa konten mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan, serta memperhatikan privasi pengguna dan keamanan pengguna, sehingga dapat membangun kepercayaan dan kepuasan pengguna.

Pengaruh Konten @hellosehat terhadap Pemahaman dan Perilaku Audiens:

1. Hasil wawancara menunjukkan bahwa konten @hellosehat memengaruhi pemahaman audiens tentang etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan.
2. Konten @hellosehat memengaruhi perilaku audiens dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin.

Konten @hellosehat memiliki pengaruh signifikan terhadap pemahaman dan perilaku audiens. Hasil wawancara menunjukkan bahwa konten @hellosehat memengaruhi pemahaman audiens tentang etika komunikasi dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan, serta memperhatikan keamanan pengguna dan tidak membagikan informasi yang dapat membahayakan. Selain itu, konten @hellosehat juga memengaruhi perilaku audiens dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan, serta memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. Dengan demikian, konten @hellosehat dapat membantu meningkatkan kesadaran dan kesadaran audiens tentang pentingnya etika komunikasi dan gaya hidup sehat, serta mempengaruhi perilaku mereka untuk mempraktikkan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan.

Keberhasilan @hellosehat dalam Mempromosikan Gaya Hidup Sehat yang Beretika:

1. Hasil wawancara menunjukkan bahwa @hellosehat berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka dengan cara memastikan konten

mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan.

2. @hellosehat juga berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan. Mereka juga memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin.
3. Dalam kesimpulan, hasil wawancara menunjukkan bahwa @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi yang baik, memengaruhi pemahaman dan perilaku audiens, dan berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka.

@hellosehat telah berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka dengan cara memastikan konten mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan. Selain itu, @hellosehat juga berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dengan cara mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan, serta memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. Dengan demikian, @hellosehat dapat membantu meningkatkan kesadaran dan kesadaran audiens tentang pentingnya etika komunikasi dan gaya hidup sehat, serta mempengaruhi perilaku mereka untuk mempraktikkan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan.

KESIMPULAN

@hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi yang baik dengan cara memastikan konten mereka jelas, akurat, dan tidak menyesatkan, serta memperhatikan privasi pengguna dan tidak membagikan informasi pribadi tanpa izin. Mereka juga mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika dan tidak menyesatkan, memengaruhi pemahaman dan perilaku audiens, dan berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka. Dalam kesimpulan, hasil wawancara menunjukkan bahwa @hellosehat menerapkan prinsip etika komunikasi yang baik, memengaruhi pemahaman dan perilaku audiens, dan berhasil mempromosikan gaya hidup sehat yang beretika melalui konten mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisa, S. and Setyonugroho, W. (2022). Can dentists use social media marketing effectively while adhering to ethical guidelines?. *Jurnal Aisyah Jurnal Ilmu Kesehatan*, 7(S1). <https://doi.org/10.30604/jika.v7is1.1214>

- Anugwom, E. (2020). Health promotion and its challenges to public health delivery system in africa.. <https://doi.org/10.5772/intechopen.91859>
- Arendt, F., Markiewitz, A., & Scherr, S. (2021). Investigating suicide-related subliminal messages on instagram. *Crisis*, 42(4), 263-269. <https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000717>
- Bobbitt, R. (2020). An overview of communication ethics., 1-24. <https://doi.org/10.4324/9780429324475-1>
- Buente, W., Dalisay, F., Pokhrel, P., Kramer, H., & Pagano, I. (2020). An instagram-based study to understand betel nut use culture in micronesia: exploratory content analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 22(7), e13954. <https://doi.org/10.2196/13954>
- Carlyle, K., Guidry, J., Dougherty, S., & Burton, C. (2019). Intimate partner violence on instagram: visualizing a public health approach to prevention. *Health Education & Behavior*, 46(2_suppl), 90S-96S. <https://doi.org/10.1177/1090198119873917>
- Chalik, L. and Rhodes, M. (2020). Groups as moral boundaries: a developmental perspective., 63-93. <https://doi.org/10.1016/bs.acdb.2020.01.003>
- Dastgeer, S. and Thapaliya, R. (2022). Qanon: the networks of misinformation and conspiracy theories on social media., 251-268. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-597-420221015>
- Denniss, E., Lindberg, R., & McNaughton, S. (2023). Nutrition-related information on instagram: a content analysis of posts by popular australian accounts. *Proceedings of the Nutrition Society*, 82(OCE2). <https://doi.org/10.1017/s0029665123001957>
- Dias, R. (2024). Addressing educational safety in brazil: social psychology approaches to mitigate school violence.. <https://doi.org/10.56238/chaandieducasc-042>
- Gabarrón, E., Larbi, D., Årsand, E., & Wynn, R. (2021). Engaging social media users with health education and physical activity promotion.. <https://doi.org/10.3233/shti210283>
- Heineman, B., Jewell, M., Moran, M., Bradley, K., Spitzer, K., & Lindenauer, P. (2021). Content analysis of promotional material for asthma-related products and therapies on instagram. *Allergy Asthma & Clinical Immunology*, 17(1). <https://doi.org/10.1186/s13223-021-00528-3>
- Imhonopi, D. and Urim, U. (2021). Social media, citizens' participation in elections, and the proverbial dividends of democracy in nigeria's fourth republic., 113-128. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4820-2.ch007>
- Kerr, H., Booth, R., & Jackson, K. (2020). Exploring the characteristics and behaviors of nurses who have attained microcelebrity status on instagram: content analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), e16540. <https://doi.org/10.2196/16540>
- Lee, V., Kyoon-Achan, G., Levesque, J., Ghotra, S., Hu, R., & Schroth, R. (2023). Promoting early

- childhood oral health and preventing early childhood caries on instagram. *Frontiers in Oral Health*, 3. <https://doi.org/10.3389/froh.2022.1062421>
- Lekgothoane, L. (2023). South african university students' use of mental health content on instagram.. *Psychology of Popular Media*. <https://doi.org/10.1037/ppm0000477>
- Lewis, J. and Schüklenk, U. (2022). Principlist pandemics: on fraud ethical guidelines, and the importance of procedural transparency., 131-148. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99692-5_7
- Mheidly, N. (2023). Health communication training of health professionals: from theory to practice., 179-189. <https://doi.org/10.1016/b978-0-443-15248-1.00016-3>
- Mogaji, E., Watat, J., Olaleye, S., & Ukpabi, D. (2021). Recruit, retain and report: uk universities' strategic communication with stakeholders on twitter., 89-114. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-264-520211006>
- Panter-Brick, C. (2021). Resilience humanitarianism and peacebuilding., 361-374. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190095888.003.0020>
- Parker, C., Zomer, E., Liew, D., & Ayton, D. (2021). Characterising experiences with acute myeloid leukaemia using an instagram content analysis. *Plos One*, 16(5), e0250641. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0250641>
- Picardo, J., McKenzie, S., Collings, S., & Jenkin, G. (2020). Suicide and self-harm content on instagram: a systematic scoping review. *Plos One*, 15(9), e0238603. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0238603>
- Pickering, J., Faiella, G., & Clemente, F. (2019). Resolving stakeholder tussles in healthcare systems: ethical challenges to data protection., 190-201. https://doi.org/10.1007/978-3-030-32213-7_15
- Poon, A. and Kung, W. (2020). An overview of social work approaches in working with families of people with serious mental illness., 1-19. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-0440-88-1>
- Putri, V., Sonni, A., & Lande, J. (2022). Persuasive communication analysis of the instagram account of a niqabi beauty influencer., 274-290. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-65-7_25
- Rendtorff, J. (2020). Capitalism, religion, business legitimacy, and the ethical economy., 1-26. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68845-9_37-1
- Rendtorff, J. (2020). The concept of business legitimacy: learnings from suchman., 1-28. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68845-9_74-1
- Sanchez, L., Domínguez-Martín, R., & García-Marín, D. (2022). Health promotion on instagram: descriptive–correlational study and predictive factors of influencers' content. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23),

15817. <https://doi.org/10.3390/ijerph192315817>

Smith, M., Buckton, C., Patterson, C., & Hilton, S. (2023). User-generated content and influencer marketing involving e-cigarettes on social media: a scoping review and content analysis of youtube and instagram. *BMC Public Health*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15389-1>

Thapliyal, K. (2024). Social media and health communication., 364-384. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1214-8.ch017>

Valente, M., Renckens, S., Bunders, J., & Syurina, E. (2021). The #orthorexia community on instagram. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia Bulimia and Obesity*, 27(2), 473-482. <https://doi.org/10.1007/s40519-021-01157-w>

Valkenburg, P. (2022). Theoretical foundations of social media uses and effects., 39-60. <https://doi.org/10.1017/9781108976237.004>

Witt, A. (2019). A new black box methodology: the challenges and opportunities of interrogating the moderation of images depicting women's bodies on instagram. *Aoir Selected Papers of Internet Research*. 2019. <https://doi.org/10.5210/spir.v2019i0.11030>

Wu, Z. (2023). The analysis of the relationship between esg and profitability of stocks by linear regression., 699-703. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-042-8_100

Yu, Z. (2022). Social media's effects on the citizens during the covid lockdown in shanghai., 626-632. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-89-3_74