The Role of Mass Media and Healthy Lifestyle Changes in the Digital Era

Amelia Caroline Hutapea[1], Taufik Wal Hidayat[2]
[1,2]Universitas Medan Area, Indonesia
Email: 22ameliacaroline@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media massa dalam membentuk persepsi remaja terhadap gaya hidup sehat. Metode penelitian dengan menggunakan kualitatif dengan pendekatan studi literatur, yaitu menganalisis berbagai sumber ilmiah, artikel media, laporan penelitian, dan publikasi digital yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa media massa, khususnya media digital, memainkan peran signifikan dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan kepada remaja melalui konten yang menarik, persuasif, dan mudah diakses. Pola komunikasi remaja mengalami pergeseran dari komunikasi tatap muka menjadi komunikasi digital yang lebih cepat, visual, interaktif, dan partisipatif. Selain itu, keberadaan *influencer* di media sosial menjadi faktor penting dalam integrasi pesan kesehatan, berperan sebagai sumber inspirasi sekaligus berpotensi menyebarkan informasi yang kurang akurat. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi media yang kuat pada remaja agar mampu menyaring informasi secara kritis, memilih perilaku sehat yang tepat, serta membangun gaya hidup sehat secara mandiri dan bertanggung jawab.
Keyword: Media Massa; Gaya Hidup; Era Digital

ABSTRACT

This study aims to examine the role of mass media in shaping adolescents' perceptions of a healthy lifestyle. The research method used a qualitative literature study approach, analyzing various scientific sources, media articles, research reports, and relevant digital publications. The results of the study indicate that mass media, particularly digital media, plays a significant role in conveying health messages to adolescents through engaging, persuasive, and easily accessible content. Adolescent communication patterns have shifted from face-to-face communication to faster, more visual, interactive, and participatory digital communication. Furthermore, the presence of influencers on social media is a crucial factor in the integration of health messages, acting as a source of inspiration while also potentially disseminating inaccurate information. These findings emphasize the importance of strong media literacy in adolescents so they can critically filter information, choose appropriate healthy behaviors, and build a healthy lifestyle independently and responsibly.
Keyword: Mass Media; Lifestyle; Digital Era

Corresponding Author:
Amelia Caroline Hutapea,
Universitas Medan Area,
Jl. H. Agus Salim Siregar, Kenangan Baru, Kec. Medan Tembung,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20223, Indonesia
Email: 22ameliacaroline@gmail.com

1. INTRODUCTION

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian dan pertukaran informasi di antara individu baik dengan lisan, tulisan maupun dengan gerakan tubuh. Seiring dengan kemajuan peradaban manusia memunculkan revolusi digital yang berkembang pesat dan sangat memengaruhi komunikasi dan perilaku manusia (Taufik, 2024). Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat saat ini, media massa memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku masyarakat. Remaja sebagai kelompok usia yang sedang mengalami masa transisi dan pencarian identitas menjadi salah satu kelompok yang sangat rentan terhadap pengaruh media. Informasi yang disampaikan

melalui televisi, internet, media sosial, maupun *platform digital* lainnya kerap menjadi acuan bagi remaja dalam menentukan pilihan gaya hidupnya, termasuk dalam hal kesehatan (Mahmud, 2024).

Media massa tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi, tetapi juga berperan sebagai agen sosialisasi yang membentuk norma, nilai, dan persepsi terhadap apa yang dianggap *"ideal"* oleh masyarakat. Berbagai pesan tentang pola makan, kebugaran, kesehatan mental, dan standar kecantikan disajikan dalam bentuk yang menarik dan persuasif. Pesan-pesan tersebut secara tidak langsung memengaruhi pola pikir dan kebiasaan remaja dalam menjalani kehidupan sehari-hari (Sarihati, 2022).

Menurut Zis (2021) seiring berkembangnya teknologi komunikasi, pola komunikasi remaja pun mengalami perubahan. Jika sebelumnya remaja banyak bergantung pada komunikasi tatap muka dengan lingkungan terdekat, kini mereka lebih sering mengakses informasi melalui gawai dan berkomunikasi dalam jaringan (*online*). Perubahan ini berdampak pada cara mereka menerima, menafsirkan, dan merespons pesan-pesan media, termasuk pesan yang berkaitan dengan gaya hidup sehat.

Gaya hidup sehat sendiri menurut Hadori (2025) mencakup berbagai aspek seperti pola makan yang seimbang, aktivitas fisik yang cukup, istirahat yang memadai, serta pengelolaan stres dan kesehatan mental. Namun dalam praktiknya, banyak remaja yang justru terjebak dalam tren gaya hidup yang tidak sehat akibat paparan media yang menonjolkan citra tubuh yang tidak realistis, konsumsi makanan instan, atau gaya hidup *sedentari*. Di sinilah pentingnya menelaah sejauh mana media massa memengaruhi pola komunikasi remaja dalam menanggapi isu-isu kesehatan.

Beberapa kampanye kesehatan publik telah mencoba menggunakan media massa sebagai sarana edukasi yang efektif untuk mengubah perilaku remaja. Kampanye tersebut biasanya dikemas dengan pendekatan yang lebih segar dan sesuai dengan bahasa generasi muda. Namun, efektivitas kampanye ini sangat tergantung pada bagaimana remaja memaknai pesan tersebut dan apakah pesan itu selaras dengan nilai-nilai yang mereka anut (Deswita, 2024).

Fenomena ini menarik untuk dikaji karena adanya kesenjangan antara idealisme pesan yang disampaikan media dengan realitas perilaku remaja dalam kehidupan sehari-hari. Apakah pesan media benar-benar mampu mengubah pola komunikasi dan gaya hidup remaja ke arah yang lebih sehat? Atau justru media hanya menjadi konsumsi pasif tanpa memberikan dampak nyata pada perilaku mereka?

Dengan melihat latar belakang tersebut, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai hubungan antara pesan media massa dan perubahan pola komunikasi remaja, khususnya dalam konteks gaya hidup sehat. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan kepada remaja, serta menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti pemerintah, pendidik, dan pembuat kebijakan.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *studi literatur* (*library research*) untuk menelaah bagaimana pesan media massa memengaruhi pola komunikasi remaja terhadap gaya hidup sehat. Studi ini dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji, dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, serta sumber *online* terpercaya yang membahas topik-topik terkait media massa, komunikasi remaja, dan gaya hidup sehat. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami konsep-konsep teoritis dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang dapat memberikan gambaran utuh mengenai hubungan antara media dan perilaku remaja.

Proses analisis dilakukan melalui teknik analisis isi (*content analysis*) terhadap literatur yang dikumpulkan. Peneliti mengidentifikasi tema-tema utama, pola-pola komunikasi, serta bentuk dan dampak pesan media yang berkaitan dengan gaya hidup sehat pada remaja. Hasil analisis kemudian disintesiskan untuk menemukan hubungan antara teori dan fenomena yang dibahas. Validitas data dijaga dengan cara memilih sumber-sumber yang kredibel dan terkini, serta menyajikan interpretasi yang konsisten dengan konteks kajian. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam memahami dinamika komunikasi remaja dalam era media digital.

3. RESULTS AND DISCUSSION

A. Pola Perubahan dan Pesan Media Massa

Fenomena pergeseran pola komunikasi remaja di era digital dapat dipahami melalui perspektif teori komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Komunikasi interpersonal, yang sebelumnya menjadi andalan remaja dalam membangun relasi dan mendapatkan informasi kesehatan, kini banyak digantikan oleh komunikasi massa berbasis media digital. Pergeseran ini menunjukkan bahwa komunikasi massa telah menjadi bagian dari interaksi keseharian remaja, bukan lagi hanya sebagai sumber informasi pasif. Dalam kerangka *uses and gratifications theory*, remaja secara aktif memilih media digital untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, identitas diri, serta interaksi sosial, termasuk untuk mencari referensi tentang gaya hidup sehat. Namun demikian, dominasi komunikasi berbasis media massa juga memunculkan tantangan, seperti

turunnya kualitas komunikasi tatap muka, serta meningkatnya risiko terpapar informasi yang keliru karena rendahnya kemampuan evaluasi kritis pesan yang diterima.

Dari sisi penyampaian pesan, media massa di era digital juga mengalami transformasi dari komunikasi satu arah menjadi komunikasi yang bersifat partisipatif dan dialogis. Remaja tidak hanya menjadi audiens, tetapi juga produsen pesan, yang ikut berperan menyebarkan dan memaknai pesan kesehatan melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan konsep *prosumer* (*producer-consumer*) dalam teori komunikasi digital, yang menunjukkan bahwa batas antara penyampai pesan dan penerima pesan menjadi kabur di era media sosial. Dalam konteks gaya hidup sehat, fenomena ini dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kampanye kesehatan berbasis partisipasi remaja, dengan mendorong mereka berbagi pengalaman positif, membangun komunitas sehat, serta menjadi agen perubahan di lingkungannya. Dengan demikian, strategi komunikasi yang berbasis dialog, kolaboratif, dan sesuai dengan bahasa serta budaya digital remaja menjadi kunci agar pesan kesehatan tidak hanya diterima secara pasif, tetapi benar-benar dimaknai, diinternalisasi, dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Transformasi Komunikasi Remaja Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara manusia berkomunikasi, termasuk kalangan remaja. Transformasi ini terlihat dari pergeseran pola komunikasi remaja yang sebelumnya banyak dilakukan secara langsung (tatap muka), kini bergeser menjadi komunikasi yang berbasis daring (*online*). Media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, Twitter (*X*), dan YouTube menjadi sarana utama remaja dalam menjalin interaksi, berbagi informasi, mengekspresikan diri, dan membentuk identitas sosial. Pola komunikasi ini ditandai oleh intensitas penggunaan media digital yang tinggi, kecepatan dalam menyampaikan dan menerima pesan, serta kecenderungan untuk menggunakan simbol, gambar, dan video sebagai medium ekspresi (Pasauran, 2025).

Perubahan ini terjadi seiring dengan karakteristik generasi remaja masa kini, khususnya Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital sejak usia dini. Mereka sangat terbiasa dengan perangkat teknologi dan memiliki kemampuan multitasking dalam mengakses berbagai *platform* secara bersamaan. Komunikasi digital yang mereka lakukan tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga interaksi dapat berlangsung secara simultan dengan banyak orang dari berbagai latar belakang dan wilayah. Hal ini tentu memperluas jejaring sosial mereka, namun sekaligus memengaruhi cara berpikir dan perilaku, termasuk dalam memahami isu-isu seperti kesehatan dan gaya hidup.

Transformasi ini juga memunculkan fenomena baru dalam komunikasi remaja, seperti kecenderungan untuk membangun *persona digital* atau citra diri yang ditampilkan secara *online*. Dalam membentuk citra tersebut, remaja sering kali merujuk pada tren yang sedang viral atau figur publik yang mereka idolakan di media sosial. Ini menyebabkan komunikasi remaja tidak hanya menjadi sarana bertukar pesan, tetapi juga menjadi ajang pembentukan identitas, pencarian validasi sosial (melalui *like*, komentar, dan *share*), serta ruang untuk menegosiasikan nilai-nilai yang mereka anut. Akibatnya, pesan-pesan yang beredar di media digital, termasuk yang berkaitan dengan gaya hidup sehat, dapat memengaruhi cara remaja berperilaku dan berinteraksi dengan lingkungannya (Fadilan, 2025).

Lebih lanjut, transformasi pola komunikasi ini juga menciptakan perubahan dalam proses sosialisasi remaja. Jika sebelumnya orang tua, guru, dan lingkungan sekitar menjadi sumber utama dalam membentuk perilaku dan pengetahuan remaja, kini peran tersebut mulai bergeser ke media digital. Remaja lebih banyak mengandalkan informasi dari internet dan media sosial untuk menjawab rasa ingin tahu mereka, termasuk terkait kesehatan, pola makan, olahraga, hingga kesehatan mental. Proses ini terjadi secara cepat dan dinamis, sehingga informasi yang diterima pun sangat beragam, mulai dari yang bersifat edukatif hingga yang menyesatkan.

Dalam konteks ini, tantangan utama yang muncul adalah bagaimana remaja mampu membedakan informasi yang valid dan bermanfaat dari informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Kurangnya literasi digital dan literasi media di kalangan remaja dapat menyebabkan mereka terpapar pada konten yang salah atau bahkan berbahaya. Misalnya, tren diet ekstrem, penggunaan suplemen tanpa pengawasan, atau gaya hidup instan yang banyak dipromosikan oleh *influencer* tanpa dasar ilmiah. Oleh karena itu, kemampuan berpikir kritis dan selektif dalam mengakses serta menyebarkan informasi menjadi sangat penting dalam menghadapi transformasi komunikasi di era digital ini.

Di sisi lain, perubahan pola komunikasi ini juga membuka peluang besar dalam penyebaran pesan-pesan positif mengenai gaya hidup sehat. Ketika dikelola dengan baik, media digital dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan pola hidup sehat, meningkatkan kesadaran remaja terhadap pentingnya menjaga tubuh dan mental, serta menciptakan komunitas yang saling mendukung satu sama lain. Inovasi komunikasi seperti kampanye digital, *microblog* edukatif, dan konten video yang inspiratif dapat menjadi alat yang ampuh untuk mengarahkan remaja pada gaya hidup yang lebih seimbang dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, transformasi pola komunikasi remaja di era digital merupakan fenomena kompleks yang menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Media digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan remaja dan memainkan peran penting dalam membentuk cara mereka berpikir, berkomunikasi, dan menjalani hidup. Oleh karena itu, perlu adanya strategi komunikasi yang adaptif dan edukatif untuk memastikan bahwa perubahan ini mengarah pada hal yang positif, terutama dalam hal peningkatan kesadaran remaja terhadap pentingnya gaya hidup sehat.

C. Persepsi Remaja terhadap Gaya Hidup Sehat

Media massa merupakan salah satu agen sosialisasi yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi dan perilaku individu, termasuk remaja. Di era modern ini, media massa hadir dalam berbagai bentuk seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, hingga media digital seperti portal berita *online*, YouTube, dan media sosial. Melalui berbagai *platform* tersebut, media menyampaikan pesan-pesan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan sugestif. Dalam konteks gaya hidup sehat, media memainkan peran penting sebagai penyampai informasi sekaligus pembentuk opini publik mengenai apa yang dianggap sebagai *"gaya hidup ideal"* (Siswanto, 2023).

Remaja, sebagai kelompok usia yang sedang berada dalam fase pencarian jati diri dan pembentukan identitas, sangat rentan terhadap pengaruh media. Mereka cenderung menjadikan media sebagai rujukan utama dalam memahami tren, nilai sosial, hingga standar kehidupan. Ketika media menampilkan konten-konten yang menonjolkan pentingnya olahraga, makan sehat, istirahat cukup, dan menjaga kesehatan mental, hal ini secara tidak langsung dapat membentuk persepsi remaja bahwa gaya hidup sehat adalah sesuatu yang positif dan patut diikuti. Sebaliknya, ketika media justru menampilkan gaya hidup konsumtif, instan, atau mengejar penampilan fisik semata, maka pesan tersebut dapat berdampak negatif pada persepsi dan perilaku remaja.

Pesan media massa mengenai gaya hidup sehat tidak hanya datang dari institusi resmi seperti pemerintah atau lembaga kesehatan, tetapi juga dari selebritas, *influencer*, hingga *content creator* yang sering kali lebih didengar oleh remaja. Konten-konten seperti *"what I eat in a day"*, rutinitas olahraga artis, atau tips merawat kesehatan kulit yang banyak ditemui di YouTube, TikTok, dan Instagram menjadi sumber inspirasi sekaligus acuan gaya hidup bagi remaja. Dengan gaya penyampaian yang ringan, visual, dan *relatable*, pesan-pesan ini lebih mudah diterima dan diinternalisasi dibandingkan pesan formal yang kaku dan cenderung normatif (Alvin, 2022).

Namun demikian, perlu dicermati bahwa tidak semua informasi yang disampaikan media bersifat edukatif atau sesuai dengan prinsip kesehatan yang benar. Media massa, khususnya media digital, sering kali lebih mementingkan sensasi dan viralitas daripada akurasi informasi. Banyak remaja yang akhirnya terpapar informasi yang salah, seperti diet ekstrem, penggunaan produk pelangsing instan, atau pola hidup tidak realistis yang dapat membahayakan kesehatan fisik maupun mental mereka. Di sinilah pentingnya peran literasi media, yaitu kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi informasi secara kritis.

Selain menyampaikan informasi, media massa juga memiliki kekuatan simbolik dalam membentuk standar sosial. Misalnya, gambaran tubuh ideal yang kurus dan tinggi sering kali dikaitkan dengan kecantikan dan kesehatan, meskipun tidak semua standar tersebut memiliki dasar ilmiah. Ketika pesan-pesan seperti ini diterima tanpa kritis, remaja bisa mengalami tekanan sosial untuk memenuhi standar yang sebenarnya tidak sehat. Akibatnya, persepsi tentang gaya hidup sehat bisa menjadi bias atau bahkan berbahaya. Oleh karena itu, sangat penting bagi media untuk menyampaikan pesan-pesan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga akurat dan bertanggung jawab secara substansi.

Di sisi lain, media massa juga dapat berperan sebagai katalis perubahan sosial. Kampanye gaya hidup sehat seperti gerakan *#HidupSehat*, kampanye anti *junk food*, dan promosi olahraga melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan kesadaran remaja terhadap pentingnya menjaga kesehatan. Ketika media berhasil menyampaikan pesan dengan bahasa yang sesuai dengan karakteristik remaja, serta melibatkan tokoh-tokoh yang mereka kagumi, maka pesan tersebut lebih berpeluang untuk diterima dan diikuti. Peran ini akan semakin optimal apabila didukung oleh kolaborasi antara media, pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat.

D. Integrasi Komunikasi Kesehatan

Di era digital saat ini, penyebaran pesan kesehatan tidak lagi bersifat satu arah atau terbatas pada media konvensional. Sebaliknya, pesan-pesan tersebut telah terintegrasi ke dalam kehidupan sehari-hari remaja melalui komunikasi informal, interaksi media sosial, dan konten digital yang mereka konsumsi secara aktif. Remaja bukan hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga aktor yang terlibat dalam menciptakan dan menyebarkan informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks ini, terjadi pergeseran peran: dari komunikasi *top-down* (dari lembaga ke publik) menjadi komunikasi partisipatif dan horizontal yang lebih mengutamakan relasi antarindividu dalam jaringan digital (Maduratna, 2024).

Pesan-pesan mengenai gaya hidup sehat kini hadir dalam berbagai bentuk: mulai dari artikel kesehatan di portal berita, kampanye digital, video edukatif, hingga konten kreatif seperti vlog, *reels*, dan TikTok. Remaja sering kali menemukan informasi mengenai pola makan sehat, olahraga ringan, manajemen stres, dan

kesehatan mental bukan dari sumber resmi, melainkan dari sesama pengguna media sosial atau tokoh yang mereka ikuti, seperti selebgram, YouTuber, atau *influencer* kesehatan. Konten yang dikemas secara ringan, menarik, dan dekat dengan keseharian remaja terbukti lebih mudah diterima dan diingat dibandingkan pesan-pesan formal yang terlalu normatif.

Influencer memainkan peran penting dalam proses ini. Mereka berfungsi sebagai *"mediator"* antara informasi kesehatan dan remaja, dengan menyajikan pesan dalam gaya yang lebih personal, komunikatif, dan *relatable*. Dalam banyak kasus, remaja merasa lebih dekat secara emosional dengan *influencer* dibandingkan dengan tokoh otoritatif seperti dokter atau guru. *Influencer* yang secara konsisten menampilkan gaya hidup sehat, berbagi tips olahraga, atau menunjukkan rutinitas sehat sehari-hari dapat menjadi *role model* positif yang memotivasi remaja untuk meniru kebiasaan baik tersebut. Apalagi jika pesan tersebut disampaikan dengan pendekatan visual yang estetik dan naratif yang menyentuh aspek emosional (Fadhilah, 2025).

Namun, di sisi lain, pengaruh *influencer* juga dapat menjadi pisau bermata dua. Tidak semua *influencer* memiliki kompetensi atau integritas dalam menyampaikan informasi yang benar. Banyak dari mereka hanya mengikuti tren atau mempromosikan produk kesehatan tanpa dasar ilmiah yang jelas. Hal ini sangat berisiko, karena remaja cenderung meniru tanpa melakukan verifikasi. Contohnya adalah promosi diet ekstrem, suplemen tanpa konsultasi medis, atau olahraga berlebihan yang justru membahayakan kesehatan. Ketika pesan kesehatan hanya dilihat sebagai gaya hidup yang estetik tanpa pemahaman yang benar, maka integrasi informasi tersebut menjadi dangkal dan berpotensi merugikan.

Selain itu, komunikasi remaja yang berlangsung di media sosial sering kali bersifat impulsif dan emosional. Remaja terbiasa saling berbagi konten tanpa mengecek kebenarannya terlebih dahulu. Dalam banyak kasus, informasi viral lebih cepat menyebar dibandingkan informasi valid. Maka dari itu, kemampuan literasi digital sangat dibutuhkan agar remaja mampu menilai kualitas informasi, mengenali hoaks, dan memahami perbedaan antara opini personal dengan fakta medis. Pendidikan literasi media dan informasi (*media and information literacy*) perlu ditanamkan sejak dini, baik di lingkungan keluarga maupun pendidikan formal.

Integrasi pesan kesehatan dalam komunikasi remaja seharusnya tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan inspiratif. Untuk itu, perlu adanya kolaborasi yang sinergis antara lembaga kesehatan, media massa, *influencer*, dan institusi pendidikan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Kampanye kesehatan yang melibatkan peran aktif remaja—misalnya melalui *challenge*, konten kolaboratif, atau kompetisi kreatif—akan lebih berdampak karena sesuai dengan budaya komunikasi mereka yang partisipatif dan interaktif.

Dengan demikian, integrasi pesan kesehatan dalam komunikasi remaja tidak bisa dilepaskan dari pengaruh informasi dan figur publik yang mereka konsumsi sehari-hari. Pengaruh ini dapat menjadi peluang besar untuk membentuk perilaku hidup sehat jika dikelola dengan bijak, namun juga bisa menjadi tantangan serius jika disalahgunakan atau dibiarkan tanpa pendampingan kritis. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis nilai-nilai edukatif sangat dibutuhkan untuk memastikan bahwa pesan kesehatan benar-benar tertanam dalam pola pikir dan kebiasaan remaja secara berkelanjutan.

4. CONCLUSION

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa media massa memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan perilaku remaja terhadap gaya hidup sehat, terutama melalui transformasi pola komunikasi yang kini didominasi oleh media digital. Remaja tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga aktor aktif dalam menyebarkan dan membentuk makna dari informasi yang mereka konsumsi, khususnya melalui peran *influencer* dan media sosial. Oleh karena itu, integrasi pesan kesehatan dalam komunikasi remaja harus disertai dengan upaya literasi media yang kuat, strategi komunikasi yang adaptif, serta kolaborasi lintas sektor agar pesan yang disampaikan benar-benar berdampak positif terhadap pembentukan gaya hidup sehat di kalangan generasi muda.

REFERENCES

Alvin, S. (2022). *Komunikasi politik di era digital: Dari big data, influencer relations & kekuatan selebriti, hingga politik tawa*. Deepublish.

Deswita, D., Rachmatsyah, D. N. D., & Khoirotunnisa, P. (2024). Transformasi wacana politik calon presiden No Urut 2, Prabowo Gibran pada Pilpres 2024 di YouTube. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik, 2*(2), 463–483.

Fadhilah, S. D., Botifar, M., & Hartati, M. (2025). *Analisis pandangan cyberpragmatik di YouTube pada podcast akun sosial media Deddy Corbuzier* (Disertasi doktoral, Institut Agama Islam Negeri Curup).

Fadilan, M. R., Purwanto, E., Azizurohman, A., Hakim, A. N., & Furqon, M. H. (2025). Dampak platform media sosial berbasis AI terhadap kualitas interaksi sosial generasi Z. *Interaction Communication Studies Journal, 2*(2), 15.

Hadori, A. U. M., Diva, P. F., Rizka, C. M., Sahadatulaela, S. R., Saputra, D., Silalahi, D. T., ... & Anastasia, M. S. (2025). *Kesehatan mental dalam kehidupan masyarakat modern: Manajemen stres dan beberapa fenomena umum*. Penerbit Salemba.

Hidayat, T. W. (2024). *Teknologi informasi komunikasi merubah perilaku manusia*. Merdeka Kreasi.

Maduratna, E. S., Gunarso, S., Aladdin, Y. A., Fathiyah, F., & Herlinah, H. (2024). *Buku referensi ilmu komunikasi: Panduan praktis sukses berkomunikasi pada era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Mahmud, A. (2024). Krisis identitas di kalangan generasi Z dalam perspektif patologi sosial pada era media sosial. *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam, 26*(2).

Pasauran, S. N., Dwiyayani, K. D., Ibrihzah, Z., & Nurilah, N. (2025). Analisis wacana Fairclough frasa "Jangan ya dek ya" oleh akun TikTok @zhio.butto.pink dalam perubahan interaksi sosial generasi Z. *Jurnal Sosial Teknologi, 5*(4), 1156–1174.

Sarihati, T., Luthfie, H. M., & Kurniadi, B. (2022). *Komunikasi politik, media massa dan opini publik*. PT. RajaGrafindo Persada – Rajawali Pers.

Siswanto, A. H., Haniza, N., & Rosyad, A. (2023). Media massa online dan kesadaran sosial generasi milenial. *De Facto: Journal of International Multidisciplinary Science, 1*(2), 67–78.

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi Z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial, 5*(1), 69–87.