

Edukasi Aktivitas Fisik Ringan melalui Campaign Digital #JalaninAjaDulu

Naufal Ubaidillah Fauzy¹, Aprilian Kurnia Putra², Ferdy Salsabilla³, M Ravi Muntaha⁴

^{1,2,3,4}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: nauvalfauzy@gmail.com¹

Abstrak

Perkembangan teknologi dan meningkatnya aktivitas digital membuat banyak masyarakat kurang melakukan aktivitas fisik dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini dapat berdampak pada kesehatan jika tidak disertai dengan kebiasaan bergerak secara rutin. Data World Health Organization (WHO) menunjukkan bahwa sekitar 31% orang dewasa di dunia belum memenuhi rekomendasi aktivitas fisik, sementara di Indonesia prevalensi aktivitas fisik yang tidak mencukupi pada usia ≥ 18 tahun mencapai 15,2%. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran serta mendorong kebiasaan aktivitas fisik ringan, khususnya berjalan kaki, melalui kampanye sosial digital #JalaninAjaDulu. Metode yang digunakan meliputi edukasi kesehatan melalui media sosial, serta challenge berjalan kaki harian dengan membagikan jumlah langkah melalui Instagram Story. Sasaran kegiatan adalah masyarakat usia produktif (18–45 tahun) yang aktif menggunakan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya partisipasi masyarakat dalam aktivitas berjalan kaki serta pemahaman bahwa menjaga kesehatan dapat dimulai dari langkah sederhana yang mudah dilakukan dalam rutinitas sehari-hari. Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam membangun kebiasaan hidup sehat yang berkelanjutan melalui pendekatan digital yang mudah diakses oleh masyarakat.

Kata kunci: aktivitas fisik ringan; gaya hidup sehat; media sosial; pengabdian masyarakat; kampanye kesehatan

Abstrak

Technological developments and increased digital activity have led many people to engage in less physical activity in their daily lives. This condition can have an impact on health if it is not accompanied by regular exercise habits. Data from the World Health Organization (WHO) shows that around 31% of adults worldwide do not meet physical activity recommendations, while in Indonesia the prevalence of insufficient physical activity among people aged 18 years and older reaches 15.2%. This community service activity aims to raise awareness and encourage light physical activity, especially walking, through the #JalaninAjaDulu digital social campaign. The methods used include health education through social media and a daily walking challenge by sharing the number of steps taken via Instagram Story. The target audience for this activity is people of productive age (18–45 years) who are active on social media. The results of the activity showed an increase in community participation in walking activities and an understanding that maintaining health can start with simple steps that are easy to do in daily routines. This activity contributed to building sustainable healthy living habits through a digital approach that is easily accessible to the community.

Keywords: light physical activity; healthy lifestyle; social media; community service; health campaign

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan media digital telah memengaruhi pola aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai aktivitas, seperti bekerja, belajar, dan berkomunikasi, kini dapat dilakukan tanpa harus berpindah tempat, sehingga aktivitas fisik dalam keseharian cenderung berkurang. Kondisi ini menjadi tantangan dalam upaya menjaga kesehatan masyarakat, terutama ketika aktivitas fisik belum menjadi kebiasaan yang dilakukan secara rutin. Beberapa kajian di bidang kesehatan masyarakat menunjukkan bahwa perubahan pola aktivitas tersebut berkontribusi terhadap menurunnya tingkat aktivitas fisik pada kelompok usia produktif (Nugraha & Setiawan, 2019)

Permasalahan rendahnya aktivitas fisik tidak hanya terjadi di tingkat lokal, tetapi juga merupakan isu kesehatan global. Data World Health Organization (WHO) menunjukkan bahwa sekitar **31% orang dewasa di dunia tidak memenuhi tingkat aktivitas fisik yang direkomendasikan pada tahun 2022**, yaitu minimal 150 menit aktivitas fisik intensitas sedang per minggu (Organization, 2024). Data ini memperlihatkan bahwa tantangan dalam membiasakan aktivitas fisik masih dialami oleh berbagai kelompok masyarakat di berbagai negara.

Aktivitas fisik memiliki peran penting dalam menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh. Namun, dalam praktiknya, masih banyak masyarakat yang memandang aktivitas fisik sebagai kegiatan yang memerlukan waktu khusus, tenaga besar, atau fasilitas tertentu. Pandangan tersebut sering kali menjadi hambatan untuk memulai aktivitas fisik secara konsisten. Padahal, aktivitas sederhana seperti berjalan kaki dapat dilakukan dalam berbagai situasi dan tidak memerlukan persiapan khusus. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa berjalan kaki merupakan bentuk aktivitas fisik yang relatif mudah diterapkan dan berpotensi dilakukan secara berkelanjutan (Putri & Lestari, 2020).

Di Indonesia, rendahnya aktivitas fisik masyarakat masih menjadi perhatian dalam bidang kesehatan masyarakat. Hasil *Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas)* menunjukkan bahwa sebagian penduduk usia dewasa belum melakukan aktivitas fisik sesuai dengan anjuran kesehatan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara anjuran aktivitas fisik yang ideal dengan kondisi nyata yang dialami masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan perubahan perilaku yang dilakukan secara bertahap dinilai lebih sesuai untuk menjawab kesenjangan tersebut, terutama dalam konteks aktivitas fisik ringan yang dapat dimulai dari kebiasaan sederhana (Indonesia, 2018; Wibowo & Handayani, 2021).

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, pendekatan promosi kesehatan berbasis digital menjadi semakin relevan. Media sosial memungkinkan penyampaian pesan kesehatan yang bersifat edukatif sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif. Sejumlah penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam promosi kesehatan dapat meningkatkan pengetahuan dan partisipasi masyarakat, terutama ketika pesan disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan dekat dengan keseharian audiens (Nasrullah et al., 2020; Rahmawati & Fadillah, 2019).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui campaign sosial digital **#JalaninAjaDulu**. Campaign ini bertujuan untuk mengajak masyarakat usia produktif agar mulai membiasakan aktivitas fisik ringan, khususnya berjalan kaki, sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana utama diharapkan dapat mempermudah proses penyampaian pesan dan pendampingan kepada masyarakat. Selain memberikan manfaat langsung bagi masyarakat sasaran, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi contoh pendekatan pengabdian masyarakat berbasis digital yang efektif dalam mendorong perubahan perilaku kesehatan secara bertahap (Hidayat & Sari, 2022; Indonesia, 2020).

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi **edukasi dan partisipasi masyarakat** melalui media sosial. Strategi utama yang diterapkan adalah penyampaian pesan kesehatan secara sederhana dan kontekstual dengan menekankan bahwa aktivitas fisik ringan, seperti berjalan kaki, dapat dilakukan dalam rutinitas sehari-hari tanpa memerlukan waktu khusus, tenaga

besar, atau fasilitas tertent

Tabel 1. Bentuk Kegiatan Campaign #jalaninajadulu

Bentuk Kegiatan	Media	Jenis Konten	Deskripsi
Edukasi aktivitas fisik ringan	Instagram	Feed	Penyampaian pesan kesehatan
Ajakan berjalan kaki harian	Instagram	Story	Upload screenshot langkah
Challenge berjalan kaki	Instagram	Challenge	Partisipasi tanpa target
Repost story peserta	Instagram	Story	Apresiasi & motivasi
Konten motivasi	Instagram	Multimedia	Menjaga konsistensi

Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana utama pelaksanaan campaign. Platform yang digunakan adalah **Instagram melalui akun @jalaninajadulu.move**, yang berfungsi sebagai media penyampaian konten edukasi dan ajakan aktivitas fisik ringan kepada masyarakat secara daring. Konten disajikan dalam bentuk visual dan narasi singkat agar mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat sasaran.

Tabel 2. Sasaran dan Target Kegiatan Pengabdian Masyarakat

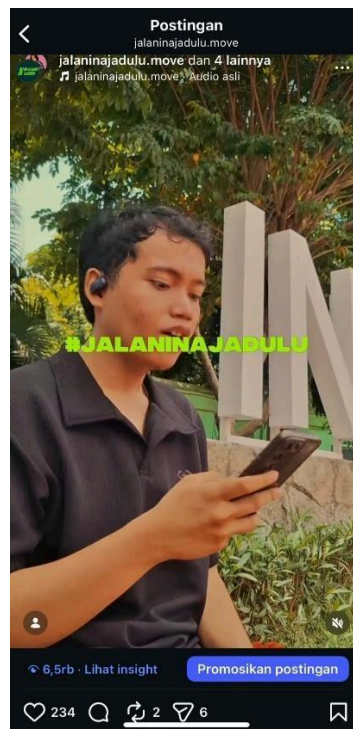
Komponen	Kategori	Subkategori	Keterangan
Sasaran usia	Usia produktif	Rentang usia	18-45 tahun
Sasaran pekerjaan	mahasiswa	Status	Aktif media sosial
	Pekerja kantoran	Status	Gaya hidup sedentari
	Freelancer	Status	Apresiasi & motivasi
Media utama	Platform digital	Media sosial	Instagram
Target partisipan	Jumlah	Target	200 orang
Estimasi audiens	Jangkauan	Perkiraan	± 300 akun

Melalui akun Instagram tersebut, masyarakat didorong untuk berpartisipasi secara sukarela dengan mengikuti campaign, memberikan respons terhadap konten yang dibagikan, serta membagikan pengalaman melakukan aktivitas berjalan kaki sebagai bagian dari rutinitas harian mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui campaign digital **#JalaninAjaDulu** telah dilaksanakan dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana utama penyampaian pesan kesehatan. Selama periode pelaksanaan, akun Instagram **@jalaninajadulu.move** digunakan untuk membagikan konten edukasi dan ajakan aktivitas fisik ringan berupa berjalan kaki yang dapat dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1. Proses pelaksanaan campaign digital **#JalaninAjaDulu** melalui unggahan konten edukasi ajakan berjalan kaki di media sosial Instagram

Konten yang dipublikasikan mencakup pesan-pesan singkat mengenai pentingnya aktivitas fisik, manfaat berjalan kaki, serta ajakan untuk mulai bergerak secara sederhana tanpa tuntutan target tertentu. Penyajian konten dilakukan dengan bahasa yang ringan dan visual yang mudah dipahami, sehingga dapat menjangkau masyarakat usia produktif yang aktif menggunakan media sosial.

Respons masyarakat terhadap campaign terlihat melalui berbagai bentuk interaksi di media sosial, seperti tanggapan terhadap unggahan, komentar, serta partisipasi masyarakat yang membagikan pengalaman berjalan kaki sebagai bagian dari rutinitas harian mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan campaign digital mampu menarik perhatian dan mendorong

keterlibatan masyarakat secara sukarela.

Selain itu, dokumentasi berupa unggahan dan interaksi yang terjadi selama campaign menjadi bukti bahwa pesan aktivitas fisik ringan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Meskipun kegiatan ini tidak disertai pendampingan secara langsung, keterlibatan audiens menunjukkan adanya ketertarikan dan kesadaran awal terhadap pentingnya aktivitas fisik dalam kehidupan sehari-hari.

PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan campaign **#JalaninAjaDulu** menunjukkan bahwa pendekatan promosi kesehatan berbasis media sosial memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap aktivitas fisik ringan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan secara luas dan partisipatif, terutama ketika pesan disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan kontekstual (Nasrullah et al., 2020; Rahmawati & Fadillah, 2019). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial dalam promosi kesehatan berperan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran awal masyarakat terhadap perilaku hidup sehat (Sholihah et al., 2023)

Pendekatan yang menekankan aktivitas berjalan kaki sebagai bentuk aktivitas fisik ringan dinilai relevan dengan kondisi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu dan kesibukan tinggi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa aktivitas fisik sederhana yang mudah diterapkan memiliki peluang lebih besar untuk dilakukan secara berkelanjutan dibandingkan aktivitas fisik yang bersifat terstruktur dan membutuhkan persiapan khusus (Putri & Lestari, 2020).

Partisipasi masyarakat yang muncul secara sukarela melalui interaksi di media sosial menunjukkan bahwa campaign digital dapat berfungsi sebagai pemicu awal perubahan perilaku. Meskipun perubahan perilaku kesehatan umumnya memerlukan waktu dan proses bertahap, peningkatan kesadaran dan minat masyarakat merupakan langkah awal yang penting dalam proses tersebut (Wibowo & Handayani, 2021).

Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana pengabdian memungkinkan kegiatan menjangkau masyarakat yang lebih luas tanpa batasan geografis. Pendekatan ini juga mendukung efisiensi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, terutama dalam konteks promosi kesehatan yang menekankan perubahan kebiasaan sehari-hari. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa promosi kesehatan berbasis digital efektif diterapkan pada masyarakat usia produktif (Hidayat & Sari, 2022).

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa campaign **#JalaninAjaDulu** memiliki kontribusi sosial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya aktivitas fisik ringan. Dari sisi akademik, kegiatan ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana promosi kesehatan serta memberikan contoh implementasi nyata kegiatan pengabdian masyarakat berbasis digital yang relevan dengan kondisi masyarakat saat ini.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui campaign digital **#JalaninAjaDulu** menunjukkan bahwa pendekatan promosi kesehatan berbasis media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya aktivitas fisik ringan dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media sosial memungkinkan penyampaian pesan kesehatan yang sederhana, mudah dipahami, dan relevan dengan keseharian masyarakat usia produktif

Fokus campaign pada aktivitas berjalan kaki sebagai bentuk aktivitas fisik ringan dinilai sesuai dengan kondisi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu dan kesibukan, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan berpotensi diterapkan secara berkelanjutan. Respons dan partisipasi masyarakat yang muncul melalui interaksi di media sosial menunjukkan bahwa campaign digital dapat berperan sebagai pemicu awal dalam membangun kesadaran dan minat terhadap perilaku hidup aktif.

Secara akademik, kegiatan ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya mengenai efektivitas media sosial sebagai media promosi kesehatan serta memberikan contoh implementasi kegiatan pengabdian masyarakat berbasis digital yang kontekstual dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dari sisi praktis, campaign **#JalaninAjaDulu** dapat menjadi model pendekatan promosi kesehatan sederhana yang dapat direplikasi atau dikembangkan lebih lanjut oleh institusi pendidikan maupun pihak terkait.

Ke depan, kegiatan serupa dapat dikembangkan dengan cakupan audiens yang lebih luas serta dilengkapi dengan metode evaluasi yang lebih terukur untuk menilai dampak jangka panjang terhadap perubahan perilaku aktivitas fisik masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, khususnya kepada para partisipan yang telah berpartisipasi aktif dalam campaign digital **#JalaninAjaDulu**. Apresiasi juga disampaikan atas dukungan dan kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan sehingga program dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., & Sari, M. (2022). Efektivitas promosi kesehatan berbasis digital pada masyarakat usia produktif. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, 17(1), 33–41.
- Indonesia, K. K. R. (2018). *Laporan nasional Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018*. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Indonesia, K. K. R. (2020). *Pedoman aktivitas fisik bagi masyarakat Indonesia*. Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular.
- Nasrullah, R., Adi, A. C., & Rachmawati, D. (2020). Media sosial sebagai sarana promosi kesehatan masyarakat. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 15(2), 75–84.
- Nugraha, B., & Setiawan, A. (2019). Aktivitas fisik dan kesehatan masyarakat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 15(2), 123–131.
- Organization, W. H. (2024). *Nearly one third of adults worldwide did not meet recommended levels of physical activity in 2022*. <https://www.who.int/news/item/26-06-2024-nearly-1.8-billion-adults-at-risk-of-disease-from-not-doing-enough-physical-activity>
- Putri, R. M., & Lestari, D. (2020). Jalan kaki sebagai bentuk aktivitas fisik sederhana dalam kehidupan sehari-hari. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 8(1), 45–52.
- Rahmawati, I., & Fadillah, N. (2019). Media sosial sebagai media promosi kesehatan. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 10(1), 1–10.
- Sholihah, N. A., Nur Olivia, N., Hafidzirrahman, A., Faridah, Sukmasari, W., Suwono, W. J., & Ikayanti, Y. (2023). Efektivitas promosi kesehatan menggunakan teknologi informasi media sosial. *Antigen: Jurnal Kesehatan Masyarakat Dan Ilmu Gizi*, 3(1), 509. <https://doi.org/10.57213/antigen.v3i1.509>
- Wibowo, A., & Handayani, S. (2021). Perubahan perilaku kesehatan melalui pendekatan bertahap. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 16(2), 89–98.