

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan internet pada era digital ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), persentase penduduk Indonesia yang menggunakan internet telah mencapai 215,63 juta atau 78,19% dari total populasi masyarakat Indonesia yang saat ini berjumlah 275,77 juta jiwa. Data tersebut meningkat dibandingkan pada periode sebelumnya di tahun 2022 yang sebesar 210,03 juta pengguna.



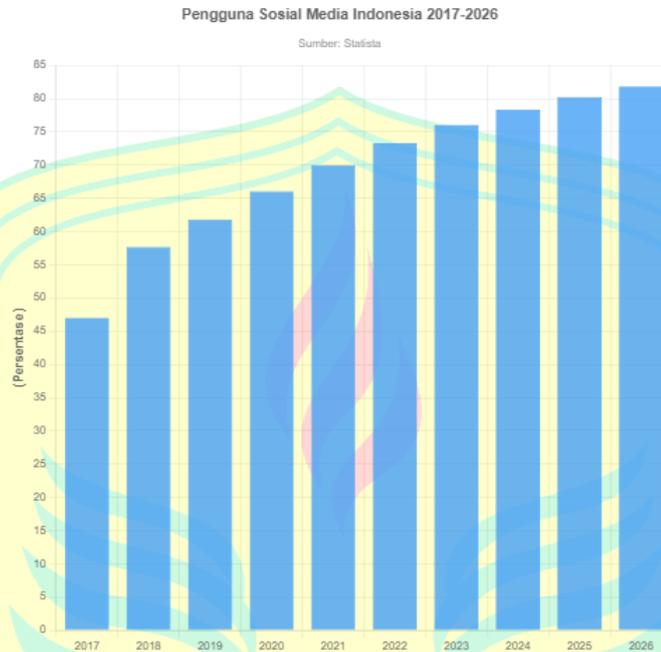
**Gambar I. 1 Pengguna Internet di Indonesia**

*Sumber: survei.apjii.or.id, diakses pada 10 Januari 2024*

Kemajuan internet berhubungan sangat erat dengan media baru (*new media*) yang salah satunya merupakan media sosial. Media sosial adalah platform internet yang tersedia untuk seluruh pengguna di dunia, memungkinkan orang dan kelompok untuk berinteraksi, bertukar informasi, dan menghasilkan konten. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial merupakan bentuk media daring di mana orang dapat dengan mudah berbagi suatu konten dan memperdagangkan informasi, beberapa jenis media sosial seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. (Liedfray dkk., 2022)

Menurut hasil data yang dipublikasikan oleh *We Are Social*, pengguna media sosial diseluruh dunia mengalami peningkatan, saat ini hingga mencapai 4,74 miliar pengguna hingga Oktober 2022. Angka ini setara dengan 59,32% dari populasi global. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna media sosial kian

bertambah seiring meningkatnya jumlah pengguna internet dan tersedianya telepon pintar dengan harga yang relatif terjangkau.



**Gambar I.2 Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2017-2026**

*Sumber: data.goodstats.id, diakses pada 10 Januari 2024*

Gambar I.2 di atas menunjukkan peningkatan penggunaan media sosial di Indonesia sejak 2017. Pada tahun 2017, hanya 47,03 persen populasi yang menggunakan media sosial, dan di tahun 2023 mencapai 76,04% tetapi angka ini diperkirakan akan meningkat dua kali lipat hingga 81,82 persen pada tahun 2026.

Diantara berbagai jenis media sosial yang bermunculan saat ini, media sosial Instagram menjadi salah satu platform paling banyak digunakan oleh pengguna Internet. Mengutip dari laman *I-News* Instagram pertama kali diciptakan oleh Kevin Systrom bersama seorang rekannya, Mike Krieger. Instagram pertama kali diluncurkan ke publik pada Oktober tahun 2010. Jumlah pengguna Instagram terus bertambah seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna media sosial. Menurut data *We Are Social* per Oktober 2023, jumlah pengguna media sosial Instagram mencapai 1,64 miliar di seluruh dunia.

Hasil studi *Social Media Habit and Internet Safety* mengungkapkan bahwa jejaring sosial Instagram di era digital ini merupakan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan yaitu sebesar 93% responden menggunakannya, terutama kaum muda, belum menikah, belum bekerja, dan termasuk dalam kelompok status ekonomi menengah ke atas. Hasil tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan di Indonesia dengan sampel 1.023 partisipan media sosial.



**Gambar I.3 Pengguna Media Sosial Instagram di Indonesia Tahun 2023**

Sumber: Statista.com, diakses pada 10 Januari 2024

Berdasarkan Gambar I.3 di atas, pada tahun 2023, tercatat Indonesia berada diposisi keempat dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di dunia, yaitu sejumlah 89 juta pengguna Instagram. Dengan urutan pertama yakni India dengan 229 juta pengguna, kedua Amerika dengan 143 juta pengguna, dan ketiga Brazil dengan 113 juta pengguna.

Instagram sendiri memiliki berbagai jenis fitur menarik. Pengguna Instagram memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna Instagram menggunakan banyak fitur yang disediakan oleh platform ini. Beberapa fitur yang banyak diminati di Instagram diantaranya *Instastory*, *Reels*, *Post*, *Broadcast Channel*, *Collaboration Post/Reels*. Dalam platform media sosial Instagram, pengguna memiliki kesempatan untuk mendalami lebih jauh tentang

akun yang mereka ikuti melalui berbagai unggahan yang disebar. Selain menjadi ajang interaksi sosial, Instagram juga berfungsi sebagai kanal penting dalam pendidikan dan penyebaran informasi.

Instagram memiliki keistimewaan yang terletak pada kemampuan dalam fokusnya terhadap unsur visual. Instagram berfokus pada gambar dan video, sehingga memungkinkan pengguna dapat menyampaikan konten yang mereka unggah secara visual cepat menarik perhatian pengguna lainnya dari berbagai latar belakang.

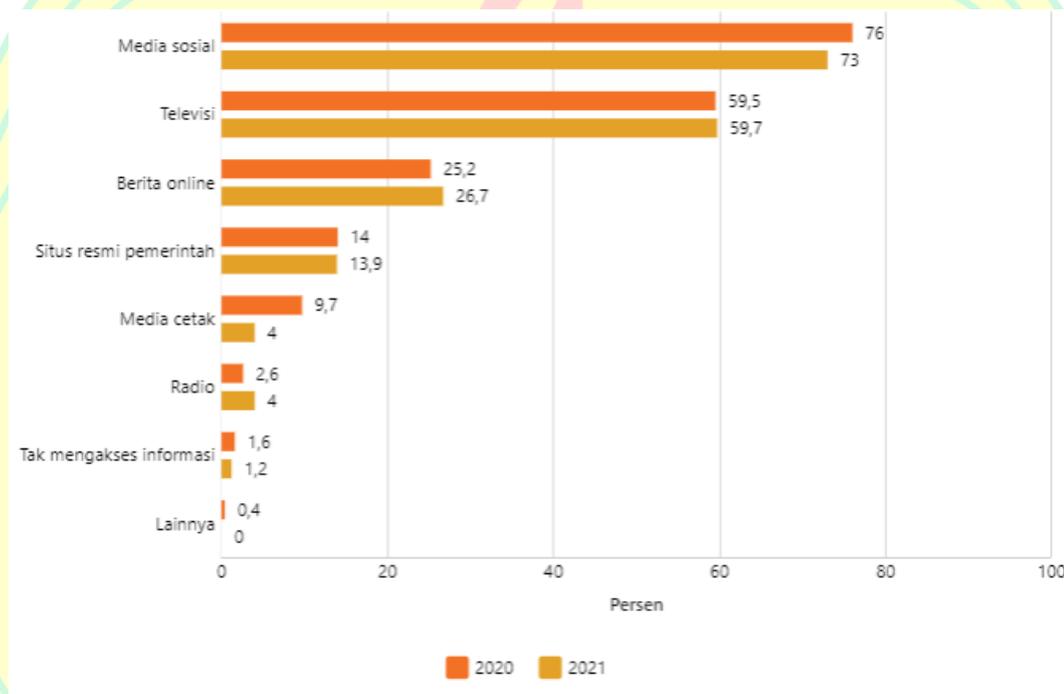
Konten di Instagram memiliki peran krusial dalam membangun keterlibatan yang kuat dan dekat antara pengguna. Konten merupakan segala bentuk informasi atau materi yang disampaikan melalui berbagai media, dan memiliki tujuan yang beragam, termasuk memberikan informasi, menghibur, menginspirasi, atau memotivasi audiens. Saat ini berbagai jenis konten banyak tersebar di media sosial dan salah satu konten yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) adalah konten mengenai kesehatan, yakni sebesar 36,96%.



**Gambar I.4 Konten Paling Sering Dikunjungi di Indonesia**

*Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), diakses pada 11 Januari 2024*

Meningkatnya jumlah pengguna media sosial Instagram dan munculnya berbagai jenis konten membuat media sosial menjadi saluran utama baik individu maupun organisasi untuk mengkomunikasikan berbagai informasi. Menurut laporan hasil survei kolaborasi antara Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dengan Katadata *Insight Center* (KIC) yang berjudul "Status Literasi Digital di Indonesia 2022", media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat Indonesia dalam tiga tahun terakhir.



**Gambar I.5 Sumber Pencarian Informasi**  
*Sumber: databooks, diakses pada 30 Januari 2024*

Gambar I.5 menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu sumber utama yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pada tahun 2020 mencapai 76% dan pada tahun 2021 mencapai 73%, walaupun masih lebih besar di tahun 2020 namun media sosial tetap unggul dalam menjadi sumber utama masyarakat dalam mencari informasi. Survei ini melibatkan total 10 ribu responden sebagai sampel. Responden dipilih dari anggota rumah tangga berusia 13-70 tahun dan mereka yang telah mengakses internet dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Tingginya pencarian informasi melalui media sosial, terutama melalui platform terkini seperti Instagram, menarik perhatian banyak peneliti akademik. Banyak penelitian saat ini berusaha untuk memahami bagaimana media sosial, terutama Instagram, dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat melalui konten yang disebar. Penelitian yang dilakukan oleh (Sutrisno & Mayangsari, 2021) misalnya, yang meneliti mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Rusdi, 2018) yang meneliti mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Anggraeni & Hartanto, 2023) yang meneliti mengenai Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @idvolunteering Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

Selain memberikan dampak positif dalam pencarian informasi menggunakan media sosial yang memudahkan akses informasi masyarakat, terdapat juga dampak negatif dari media sosial. Tingginya pencarian informasi melalui media sosial, mengakibatkan maraknya penyebaran informasi palsu atau *hoaks* dari akun-akun yang belum terverifikasi kredibilitasnya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Kozinets dalam (Maulana Ibrahim & Edi Irawan, 2021) menyatakan saat ini, konten media sosial sangat terkait dengan kepentingan pribadi, penyebaran berita palsu atau *hoaks*, dan *cyberbullying* karena hanya dengan mengunggah konten tanpa filter atau penyaringan ketat, konten dapat dengan mudah diakses dan disebar ke masyarakat.



**Gambar I.6 Kategori Konten Hoaks di Indonesia**

*Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika, diakses pada 12 Januari 2024*

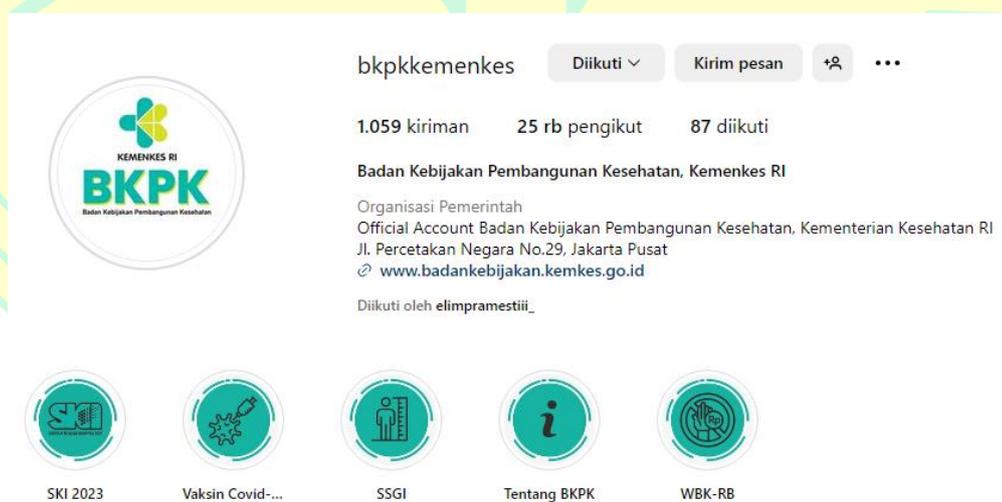
Gambar I.6 menjelaskan bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika (KemenKomInfo) menemukan sebanyak 11.759 konten *hoaks*, dengan kategori paling banyak yaitu kesehatan sebanyak 2.293 menempati urutan pertama, kemudian pemerintahan sebanyak 2.131 menempati urutan kedua, dan penipuan sebanyak 1.984 menempati urutan ketiga, sepanjang Agustus 2018 - Juni 2023.

Dengan banyaknya informasi, masyarakat harus berhati-hati saat mencari dan menerima informasi dari media sosial. Masyarakat harus benar-benar mencari informasi dari sumber yang kredibel dan terpercaya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Minjeong Kang dalam (Pangaribuan dkk., 2017) menunjukkan bahwa kredibilitas media sosial merupakan elemen kunci yang mendukung keterlibatan publik dan komunikasi yang efektif suatu platform.

Berdasarkan uraian diatas mengenai tingginya trend penggunaan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi, peningkatan pengguna media sosial Instagram, pencarian konten kesehatan menjadi konten yang paling sering masyarakat kunjungi, dan munculnya banyak informasi *hoaks* mengenai kesehatan menjadi latar belakang utama dirancangnya penelitian ini. Adapun konteks utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah akun Instagram @bkpkkemenkes.

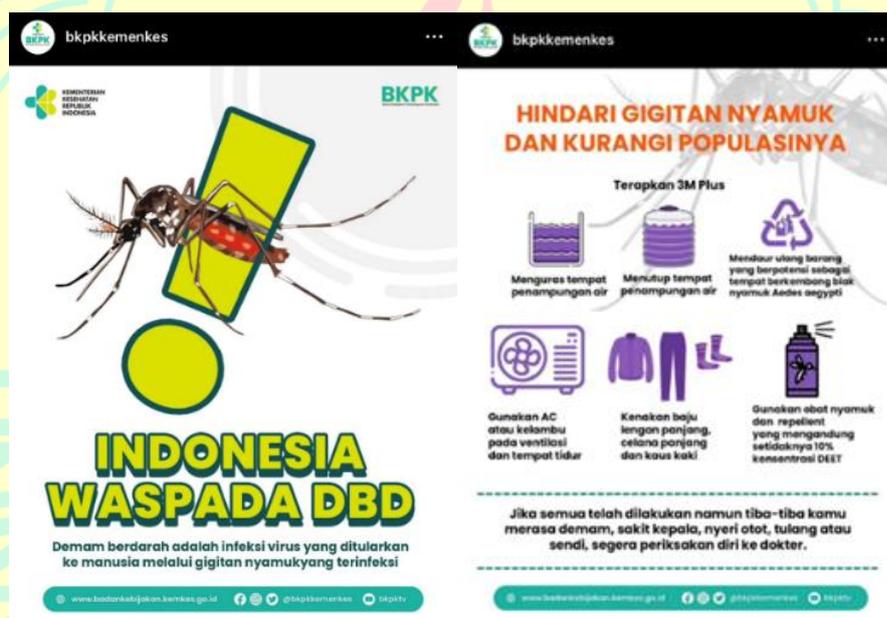
Akun Instagram @bkpkkemenkes merupakan salah satu akun Instagram milik pemerintah. Instagram @bkpkkemenkes secara rutin menyajikan konten mengenai informasi kesehatan dan kebijakan-kebijakan terbaru di bidang kesehatan. Akun ini dikelola oleh Hubungan Masyarakat Badan Kebijakan dan Pembangunan Kesehatan (BKPK) Kementerian Kesehatan untuk menyebarkan informasi yang akurat, seperti yang terdapat dalam laman resmi BKPK Kemenkes bahwa peran humas sangat strategis karena sebagai ujung tombak penyampai informasi yang sangat penting dalam rangka meningkatkan literasi masyarakat. Pendapat ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah dkk., 2023) yang menjelaskan bahwa dalam menjalankan peran dan fungsinya, humas menggunakan beragam media untuk menjangkau khalayaknya.

Sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas penyebaran informasi, pemerintah memanfaatkan media sosial untuk mendistribusikan informasi yang akurat kepada masyarakat dengan menggunakan Instagram (Tulung dkk., 2021). Sehingga, diharapkan masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya memverifikasi kredibilitas konten kesehatan melalui sumber yang sah dan terpercaya.



**Gambar I.7 Profil Media Sosial Instagram BKPK Kemenkes**  
*Sumber: [instagram.com/bkpkkemenkes](https://www.instagram.com/bkpkkemenkes), diakses pada 10 Januari 2024*

Akun Instagram @bkpkkemenkes telah aktif sejak Maret 2015 hingga saat ini, dengan total 1.059 unggahan dan 25.000 pengikut per 10 Januari 2024. Jumlah pengikut yang signifikan ini dapat disebabkan oleh aktifnya akun tersebut dalam menyebarkan konten berkualitas. Konten yang paling sering diunggah berkaitan dengan informasi kesehatan dan kebijakan kesehatan terbaru di Indonesia. Pengikut dapat melihat, mengakses, berkomentar, mengirim pesan, dan membagikan setiap postingan dari akun ini.



**Gambar I.8 Konten Feeds Instagram @bkpkkemenkes**

*Sumber: Instagram.com/bkpkkemenkes, diakses pada 10 Januari 2024*

Gambar I.8 menunjukkan variasi konten kesehatan yang diunggah melalui *feeds*, salah satunya memiliki topik tentang "Indonesia Waspada DBD." Postingan tersebut membahas cara menghindari gigitan nyamuk dan mengurangi populasi nyamuk *Aedes aegypti*. Masyarakat dapat mendapatkan banyak informasi kesehatan melalui konten-konten yang disajikan di Instagram @bkpkkemenkes. Konten tersebut dapat menjadi sarana pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat terkait dengan informasi kesehatan.



**Gambar I.9** Konten Insta Story Instagram @bkpkkemenkes  
*Sumber: Instagram.com/bkpkkemenkes, diakses pada 10 Januari 2024*

Selain membagikan konten di *feeds* Instagram, Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan (BKPK) juga aktif membuat konten *Insta Story* yang berkaitan dengan informasi kesehatan. Sebagaimana yang ditunjukkan pada Gambar I.9, terlihat bahwa akun Instagram @bkpkkemenkes memberikan informasi terbaru mengenai perkembangan Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023.

Konten *Insta Story* tersebut memberikan pemahaman yang lebih mengenai kemajuan yang sedang terjadi dalam survei tersebut, memberikan wawasan langsung kepada pengikut mengenai upaya Kementerian Kesehatan, khususnya BKPK Kemenkes dalam mengumpulkan dan menganalisis data kesehatan.



**Gambar I.10 Konten Reels Instagram @bkpkkemenkes**

Sumber: *Instagram.com/bkpkkemenkes*, diakses pada 10 Januari 2024

Selain itu, keistimewaan dari konten dari akun Instagram @bkpkkemenkes adalah kemampuannya dalam menyebarkan informasi dengan konten yang trending terkini dan unik. Salah satunya adalah penyebaran informasi tentang Survei Kesehatan Indonesia (SKI) melalui konten video yang diunggah di *reels*, dengan mengadopsi konten yang sedang populer di media sosial, yaitu "Cuakss".

Akun Instagram @bkpkkemenkes juga menggunakan caption di setiap postingan dengan yang jelas dan informatif sehingga memudahkan para pengikut untuk mendapatkan informasi dengan cepat, sekaligus menarik minat *followers* untuk melihat konten tersebut. BPKP Kemenkes juga selalu mencantumkan hashtag *#healthies* di setiap postingannya, yang merupakan slogan resmi dari Kementerian Kesehatan.

Secara singkat, penjelasan diatas menunjukkan bahwa media sosial saat ini sangat berkaitan erat dalam pola kehidupan masyarakat dalam mendapatkan informasi, seperti akun Instagram @bkpkkemenkes yang merupakan akun yang banyak di ikuti pengguna Instagram dalam mencari kebutuhan informasi, sehingga menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian terkait pengaruh konten

media sosial Instagram @bkpkkemenkes terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Saat ini, hampir seluruh Kementerian dan lembaga pemerintah menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi, mengkomunikasikan kebijakan terbaru, dan mencapai tujuan dalam memenuhi kebutuhan informasi publik. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hastrida, 2021) pemerintah dari berbagai tingkatan saat ini mencari cara untuk berkomunikasi dengan lebih baik, lebih transparan, dan lebih dapat memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dan bekerja sama dengan pemerintah dalam berbagai kegiatan.

Sebelumnya juga belum terdapat penelitian yang secara khusus mengkaji mengenai media sosial @bkpkkemenkes yang secara aktif menyebarkan informasi yang akurat untuk membantu menangkal hoaks. Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan (BKPK) Kementerian Kesehatan RI aktif dalam memantau dan menganalisis tren isu kesehatan menggunakan media sosial (<https://badankebijakan.kemkes.go.id>). Sehingga fenomena tersebut menarik untuk diteliti dikarenakan media sosial Instagram yang saat ini menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak, pencarian informasi kesehatan menempati urutan pertama, dan terlibatnya pemerintah dalam menangkal hoaks untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan media sosial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut apakah dalam konten yang disebarkan di media sosial Instagram @bkpkkemenkes terdapat pengaruh terhadap terpenuhinya kebutuhan informasi masyarakat tentang kesehatan khususnya pada *followers*.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan data dan uraian yang disajikan pada latar belakang, terdapat rumusan masalah dari penelitian ini yakni “Apakah terdapat pengaruh konten media sosial yang disajikan oleh akun Instagram @bkpkkemenkes terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* tentang kesehatan?”

### I.3 Batas Masalah

Batas masalah mengacu pada pemahaman masalah sehubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Tujuan ditentukan batasan masalah agar proses penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan hasil yang diharapkan. Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya mempertimbangkan dua variabel, yakni variabel bebas (Pengaruh Konten Media Sosial Instagram) dan variabel terikat (Pemenuhan Kebutuhan Informasi).
2. Variabel Bebas (X) dalam penelitian ini membatasi fokus pada konten yang disajikan oleh akun Instagram @bkpkemenkes. Konten yang ditinjau akan mencakup seperti postingan *Feeds*, *Instastory*, dan *Reels*.
3. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini berfokus pada konten yang disajikan oleh akun @bkpkemenkes memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi tentang kesehatan para pengikutnya di platform Instagram. Pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan dengan melihat dari seberapa informatif, relevan, kepercayaan, dan bermanfaatnya konten tersebut bagi pengikut.
4. Pengguna media sosial Instagram yang menjadi subjek penelitian terbatas pada *followers* akun @bkpkemenkes selama periode penelitian dari Januari hingga April 2024.
5. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan bersifat *non-generalisasi*, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi untuk populasi secara luas.
6. Penelitian ini dilakukan dalam konteks Indonesia, dengan sampel masyarakat Indonesia.

### I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh konten media sosial Instagram @bkpkemenkes terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

### **I.5.1 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi berguna bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengeksplorasi dampak konten media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan di kalangan pengikut (*followers*), serta berkontribusi dalam pengembangan literatur dan pemahaman baru mengenai bagaimana konten media sosial dapat memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi.

### **I.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi praktisi yang mengelola media sosial. Dengan pemahaman yang didapatkan, praktisi dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu kesehatan. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan masyarakat yang lebih sadar dan teredukasi dalam hal kesehatan, serta membantu dalam membangun komunikasi yang lebih efektif dan berdampak positif melalui platform media sosial.