



4.69%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 JUL 2024, 4:59 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL 0.04% ● CHANGED TEXT 4.65% ● QUOTES 2.51%

Report #22131357

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Komunitas adalah kelompok sosial yang anggotanya memiliki ketertarikan, hobi, atau berasal dari wilayah yang sama, serta memiliki sumber daya, tujuan, kepercayaan, kondisi, kebutuhan, dan preferensi yang serupa, sehingga bersatu dalam suatu ikatan yang terorganisir (Nurhidayah et al., 2022). Indonesia Cancer Care Community (ICCC) merupakan komunitas yang dibentuk dari rasa kepedulian para warrior atau orang yang terdiagnosa kanker), survivor atau orang yang telah sembuh dari kanker, dan caregiver atau orang yang merawat dan memberikan dukungan kepada penderita kanker. Komunitas tersebut didirikan pada tanggal 27 Februari 2010 dengan misi menjadi wadah edukasi, informasi, dan dukungan. ICCC menjadi komunitas yang bersifat sosial, nirlaba, dan terbuka untuk seluruh lapisan masyarakat. 2 ICCC aktif dalam berbagai kegiatan seperti seminar, kunjungan ke rumah sakit, dan outing bersama dengan para anggota komunitas. ICCC juga membuat dan mengikuti berbagai event terutama seminar secara online maupun offline. Sebagai komunitas dalam ruang lingkup kesehatan, ICCC juga berkolaborasi dengan berbagai organisasi, perusahaan, dan ahli kesehatan dalam melaksanakan program atau eventnya. PT. Kalbe Farma Tbk. Group, MediKal Nutrience, dan Kalbe Ethical Customer Care merupakan perusahaan yang telah menjalin kerjasama dengan ICCC. 2 Melalui Kalbe Ethical Customer Care (KECC), PT Kalbe Farma Tbk (Kalbe) bekerja sama dengan ICCC menyelenggarakan kegiatan World Cancer Day untuk

mendukung pasien dan penyintas kanker. Kegiatan ini meliputi deteksi dini, konsultasi kesehatan, dan self healing mandiri. Kalbe juga memperkenalkan layanan ekosistem One Onco, sebuah platform digital yang bekerja sama dengan pemangku kepentingan atau stake holders terkait kanker termasuk ICCC untuk menawarkan solusi komprehensif bagi pejuang kanker di Indonesia melalui deteksi dini, konsultasi online, dan nutrisi. Media sosial dimanfaatkan oleh ICCC untuk memberikan berbagai informasi mengenai kanker, event, dan tempat pelayanan untuk kanker. Akun Instagram @iccc.id pada April 2024 sudah memiliki 11 ribu pengikut. Akun iccc.id mengalami peningkatan jumlah pengikut yang signifikan dari 8.361 pada Januari 2023 menjadi 10.695 pada Desember 2023. Terdapat berbagai konten yang berfokus untuk memberikan informasi penting mengenai kanker. Konten dan pesan informatif pada akun tersebut dikemas dengan desain kreatif untuk menarik perhatian masyarakat. Informasi yang mereka sampaikan melalui akun instagram tersebut berupa data kasus kanker, jenis kanker, gejala, tips, mitos atau fakta, cara pencegahan, dan metode diagnosis. ICCC juga menggunakan akun Instagram untuk mempromosikan event yang mereka buat bersama dengan para ahli kesehatan dan quotes yang bertujuan untuk memberi semangat kepada para penderita kanker. @iccc.id mengemas konten dalam berbagai bentuk seperti feeds, multiple feed, reels, story, dan live. Fitur reels pada akun @iccc.id digunakan untuk mempublikasikan ulang rekaman event seminar atau talkshow yang telah dilakukan secara live Instagram. Rekaman event tersebut dipublikasikan dalam bentuk reels sehingga masyarakat luas dapat dengan mudah mencari informasi mengenai kanker yang diungkapkan secara langsung oleh narasumber terpercaya. ICCC juga melakukan interaksi dengan para pengikutnya melalui konten games seputar kanker dan memberikan hadiah kepada pemenang. Hal tersebut dilakukan untuk membantu para anggota komunitas dan para pengguna Instagram menjadi lebih aktif dan memahami secara lebih mendalam mengenai kanker. Organisasi adalah kesatuan sosial yang memiliki sumber daya dan bekerja secara terus menerus dengan koordinasi yang jelas dalam batasan tertentu untuk



mencapai tujuan (Yulianti & Hermawan, 2015). 1 Yayasan Kanker Indonesia (YKI) merupakan salah satu organisasi non-profit di bidang sosial dan kesehatan yang berfokus pada kasus kanker. 1 21 Tujuan utama yang dimiliki oleh Yayasan Kanker Indonesia adalah mengupayakan penanggulangan kanker yang dilakukan melalui kegiatan promotif, preventif, suportif, dan paliatif. 1 17 Untuk mencapai tujuan tersebut Yayasan Kanker Indonesia bekerja sama dengan pemerintah, organisasi profesi, lembaga swasta, lembaga swadaya, dan para pelaku usaha yang berada di dalam maupun di luar Indonesia. Yayasan Kanker Indonesia didirikan pada 17 April 1977 dan dipimpin oleh Prof. Dr. Soedarto Pringgoutomo, SpPA. Yayasan Kanker Indonesia dibentuk sebagai respon terhadap kepedulian dan keprihatinan terhadap jumlah kasus kanker yang terus bertambah, tingginya angka kematian, dan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai penyakit tersebut. Yayasan Kanker Indonesia (YKI) memiliki lima bidang kegiatan yang beragam dalam upaya penanggulangan kanker. Pertama, fokus pada organisasi untuk pengembangan cabang di seluruh Indonesia. Kedua, pelayanan sosial seperti dua klinik deteksi dini yang dimiliki oleh YKI. Ketiga, penyuluhan dan pendidikan dilaksanakan bersama dengan berbagai organisasi profesi untuk memberikan pelatihan, menerbitkan buku Informasi Dasar Tentang Kanker (IDTK), mengadakan seminar, talk show, dan kegiatan lainnya. Keempat, penelitian, registrasi, dan pengendalian tembakau di mana YKI membiayai penelitian beberapa jenis kanker prioritas dan mengembangkan ilmu kedokteran yang fokus pada organ dan jaringan tubuh terkait dengan kanker. Kelima, bidang umum yang dilakukan oleh YKI adalah mengelola logistik dengan menyediakan barang seperti peralatan medis dan non-medis, obat-obatan, berkolaborasi dengan pihak lain, menjaga aset, dan menawarkan jasa. YKI juga membuat berbagai event seperti seminar, kegiatan donasi, pameran seni dari para penyintas kanker, lomba, pagelaran musikal, dan mengikuti audiensi terkait dengan kanker. YKI memanfaatkan berbagai media sosial salah satunya yaitu Instagram dengan username @yayasankankerid untuk memberikan berbagai informasi mengenai kanker. Akun Instagram @yayasankankerid pada April 2024 sudah memiliki 18.5 rib

u pengikut. @yayasankankerid mengalami pertumbuhan followers dari 14.8 ribu pada Januari 2023 menjadi 17.7 ribu pada Desember 2023. Melalui akun Instagram tersebut Yayasan Kanker Indonesia menyampaikan berbagai macam informasi yang terkait dengan jenis-jenis kanker, fakta kanker, gejalanya, cara pencegahan, serta metode diagnosis. Selain itu, konten yang dibagikan juga memberikan informasi mengenai stadium-stadium yang berbeda pada beberapa jenis kanker. YKI juga menggunakan akun Instagram untuk mempromosikan dan memberikan informasi mengenai event yang mereka buat. @yayasankankerid mengemas konten dalam berbagai bentuk seperti feeds, multiple feed, reels, dan story. @yayasankankerid juga melakukan interaksi dengan para pengikutnya melalui konten yang telah mereka publikasikan. Pesan yang disampaikan melalui akun Instagram tersebut dilakukan untuk mendukung para penyintas kanker dan para pengguna Instagram agar lebih aktif dan memperdalam pemahaman mengenai kanker. Saat melakukan pencarian menggunakan kata kunci "Kanker" pada sosial media Instagram, terdapat beberapa akun mengenai kanker yang akan muncul dan menjadi pilihan. Terdapat tiga pilihan akun teratas hasil dari pencarian yaitu @yayasankankerid, @iccc.id, dan @komunitas.kanker. Akun @yayasankankerid menyajikan konten yang mengandung berbagai informasi mengenai kanker dan memiliki jumlah pengikut sebanyak 18.5 ribu. Pada akun @iccc.id menyajikan informasi seputar kanker dengan jumlah followers sebanyak 19.8 ribu. Sedangkan akun @komunitas.kanker memiliki jumlah followers sebanyak 2.485 ribu dengan konten yang dinominasikan oleh dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan. Komunitas dan organisasi dalam ruang lingkup kesehatan dapat menciptakan lingkungan yang terbuka dan mendukung individu yang sedang menghadapi tantangan kesehatan. **30** Dengan adanya komunitas dan organisasi kesehatan, para penderita dapat saling mendukung dan menginspirasi satu sama lain. Saat berkumpul bersama para anggota komunitas merasa didengar dan dipahami apa yang sedang dirasakannya. Aktivitas tersebut telah dilakukan oleh ICCC dengan mengadakan outing bersama para anggotanya untuk berkumpul. Kemudian ICCC juga memberikan tempat dalam bentuk forum untuk

caregiver bercerita pengalaman mereka melalui website iccc.ic. Komunitas ICCC juga melakukan kunjungan ke rumah sakit atau tempat yang memiliki pelayanan untuk para penderita kanker. YKI juga menyelenggarakan pelatihan untuk merawat penderita kanker di berbagai puskesmas dari berbagai daerah di Indonesia. Perawat Hadirnya komunitas dan organisasi kesehatan juga meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai berbagai masalah kesehatan. Melalui kegiatan penyuluhan, kampanye kesadaran, dan berbagai acara yang diadakan oleh komunitas dan organisasi kesehatan secara online maupun offline dapat mengedukasi masyarakat luas. Media sosial memberikan kemudahan untuk komunitas kesehatan berbagi pengalaman dan perubahan perilaku menjadi positif yang berkaitan dengan kesehatan kepada para pengguna media tersebut (Wahyuni et al., 2021). Para anggota komunitas atau para penderita juga dapat berbagi informasi mengenai tempat dan pelayanan kesehatan. ICCC dan YKI memanfaatkan media digital untuk memberikan berbagai informasi mengenai kanker, event, dan tempat pelayanan untuk kanker. Komunitas kesehatan juga dapat berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperjuangkan hak-hak mereka, memperbaiki akses perawatan kesehatan, dan mempengaruhi kebijakan publik yang berkaitan dengan kesehatan. Kanker menjadi salah satu isu kesehatan yang penting untuk disebarluaskan informasinya ke seluruh lapisan masyarakat. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mencegah sekaligus menurunkan angka kasus kanker di Indonesia. Pemberian atau penyebaran informasi tersebut harus dilakukan dikarenakan Indonesia berada di posisi ke-8 di Asia Tenggara dan ke-23 di Asia dalam hal kasus kanker pada tahun 2018 (Kemenkes, 2019a). Data tersebut menunjukkan bahwa masalah kanker menjadi perhatian serius untuk kesehatan masyarakat di Indonesia. 5 Kanker memiliki berbagai jenis, kanker payudara menjadi jenis kanker yang paling banyak ditemukan dan dialami oleh masyarakat Indonesia Menurut data Global Cancer Statistics (GLOBOCAN) tahun 2020, tercatat terdapat 68.858 kasus baru kanker payudara, yang merupakan 16,6% dari total 396.914 kasus baru kanker dari berbagai jenis di Indonesia. (Putri, 2023). Kemudian menurut data data Global

Cancer Statistics (GLOBOCAN) pada tahun 2020 juga diperkirakan terdapat 36.633 kasus kanker leher rahim dan sebanyak 21.003 atau lebih dari 57% berakhir dengan kematian (Kemenkes RI, 2023). Budi Gunadi Sadikin selaku Menteri Kesehatan mengatakan bahwa kasus kanker di Indonesia pada saat ini telah mencapai 420.000 dan jumlah kematian dari kasus kanker sebanyak 242.000 orang (Liputan6.com, 2024). Kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai kanker mendesak penyebaran informasi menggunakan media digital yang dapat mengemas pesan secara kreatif sehingga dapat menarik masyarakat untuk membaca. Kurangnya tingkat literasi membuat rendahnya kesadaran masyarakat untuk mengetahui pencegahan, tanda-tanda, gejala, penanganan kanker yang tepat, dan berbagai faktor lainnya mengakibatkan tingginya kasus kanker yang terdeteksi pada tahap stadium lanjut sebesar 65% (Yogi, 2024). Kemajuan teknologi memunculkan berbagai media komunikasi secara digital yang dapat diakses dan terhubung dengan masyarakat luas. Perkembangan teknologi berkontribusi pada munculnya media sosial yang dapat digunakan oleh manusia untuk mencari berbagai macam informasi yang dibutuhkan. Hal tersebut membuat komunikasi dapat dilakukan tanpa batas secara geografi, waktu, dan tema pembahasan. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh We Are Social menyatakan Instagram menjadi platform media sosial yang menempati posisi kedua terbanyak yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan jumlah 86,5 % (Saskia & Nistanto, 2023) . Berbagai bidang dapat melakukan komunikasi melalui media sosial salah satunya adalah kesehatan. Indonesia belum dapat memenuhi permintaan akan pelayanan kesehatan yang optimal untuk seluruh masyarakatnya meskipun jumlah tenaga kesehatan di Indonesia mencapai 1,5 juta dan tenaga medis mencapai 150 ribu. (Romkom, 2023). Minimnya fasilitas dan tenaga medis juga menyebabkan sulitnya akses informasi kesehatan secara akurat dan terbaru untuk masyarakat daerah terpencil. Kehadiran tenaga medis di daerah terpencil merupakan sebuah kesempatan yang berharga untuk masyarakat bertanya dan memperoleh informasi mengenai kesehatan mereka secara langsung. Pada bidang kesehatan, media digital

memiliki peran sebagai wadah sekaligus alat untuk menyebarkan informasi mengenai berbagai kondisi medis secara akurat, memberikan dukungan, dan meningkatkan kesadaran. Pemerintah memiliki peran penting untuk menurunkan jumlah kasus kanker di Indonesia terutama aksesibilitas layanan dan fasilitas kesehatan. Pemerintah juga bertanggung jawab untuk memberikan informasi secara akurat dan mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat mengenai kanker, terutama menggunakan media sosial. Komunikasi kesehatan merupakan pemanfaatan jasa komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi keputusan untuk meningkatkan dan mengelola kesehatan individu maupun komunitas (Marlynda et al., 2020). Untuk mencapai tujuan tersebut, pesan edukasi berperan krusial dalam mendistribusikan informasi yang diperlukan.

6 Pesan edukasi adalah sebuah pikiran dan perasaan yang mengandung nilai ajaran positif dari seseorang dengan tujuan untuk mendidik orang yang menerima pesan tersebut (Widiyanto, 2024). Dalam konteks kesehatan, pesan-pesan ini memiliki peran utama dalam menyampaikan informasi yang penting untuk edukasi kesehatan Menurut Mubarak dan Chayatin dalam (Ihsani & Santoso, 2019) edukasi kesehatan merupakan sebuah proses dinamis yang bertujuan untuk merubah perilaku manusia tidak hanya melibatkan pengiriman materi atau teori dari satu individu ke individu lain atau hanya dengan memberitahukan tata cara saja. Interaksi sosial di media sosial terutama Instagram telah menjadi wadah penting menyebarkan informasi mengenai kesehatan seperti lembaga pemerintah. Instagram merupakan media untuk membagikan foto atau video secara luas dengan bantuan internet sehingga proses tersebut menjadi instan atau cepat (Sugito et al., 2022). Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI), organisasi kesehatan, komunitas dalam ruang lingkup kesehatan, dan individu telah memanfaatkan jaringan media sosial untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat.. Informasi atau pesan dapat disampaikan oleh pemerintah melalui media sosial dalam berbagai bentuk konten yang berisikan informasi mengenai gejala, resiko, pencegahan, dan informasi lokasi pelayanan. Berbagai tema dan gaya bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan

oleh berbagai akun lembaga dan ahli kesehatan beragam, tetapi mereka memiliki tujuan yang sama untuk membuat informasi mudah dipahami, diingat, dan sebagai salah satu bentuk pendekatan kepada masyarakat. Salah satu komunitas yang memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi atau menyampaikan pesan kepada masyarakat luas adalah komunitas Indonesia Cancer Care Community dengan username akun Instagram adalah @iccc.id. Kemudian salah satu organisasi non-profit yang ikut menyampaikan pesan mengenai kanker secara luas adalah @yayasankankerid. Interaksi sosial di media sosial dapat menghubungkan individu dari berbagai latar belakang geografis, budaya dan bahasa yang berbeda. Interaksi yang dapat terjadi dengan pengguna lain seperti perkenalan, berbagi pengalaman, bertukar pendapat, dan berkolaborasi. We Are Social melaporkan data bahwa pada tahun 2023 sebanyak 33.8 % masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk mencari komunitas yang sama dengan minatnya (Riyanto, 2023). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa seseorang tertarik untuk bergabung, bertemu dan, terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sejenis. Data tersebut juga menggambarkan bahwa sosial media tidak hanya menjadi wadah untuk bersosialisasi secara biasa, tetapi juga dapat menjadi wadah bagi komunitas dengan minat tertentu. Terdapat komunitas yang melakukan kegiatan utamanya secara langsung tetapi aktif pada media sosial. ICCC merupakan salah satu komunitas yang melakukan kegiatan utamanya secara langsung tetapi aktif di Instagram @iccc.id. Instagram tetap menjadi media sosial yang terus meningkatkan dan menyesuaikan dengan teknologi yang berkembang. Komunitas dan organisasi yang aktif pada media sosial memiliki tujuan yang beragam diantaranya membangun koneksi baru dengan para pengguna media, memberikan informasi, mencari dukungan, dan mengembangkan pribadi atau komunitas secara profesional. Untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan, peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu mengenai pengemasan pesan pada platform media sosial sebagai bahan rujukan. Penelitian pertama merupakan penelitian yang dilakukan oleh Kayla Niken Febria pada tahun 2023 dengan judul “Penggambaran Pesan Penyakit TBC

melalui Kampanye di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Kampanye TBC di Akun @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia Periode Februari 2022 - Januari 2023) . 8

9 40 Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif.

Hasil pada penelitian tersebut menunjukkan perbedaan dan persamaan sifat pesan, bentuk pesan, dan tanggapan pesan yang terdapat pada akun @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia. Penelitian kedua dilakukan oleh Antik a Prameswa pada tahun 2023 dengan judul “Pengemasan Pesan Lingkungan Pada Akun Instagram @pandawaragroup (Analisis Isi Kualitatif Konten Bersih-Bersih Smpa h di Sungai Periode Oktober 2022 – Februari 2023 . Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengemasan pesan yang dilakukan oleh akun @pandawagroup meliputi bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, jenis konten, dan tanggapan konten. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa akun Instagram @pandawaragroup banyak mempublikasikan konten dengan bentuk pesan persuasif, tema pesan project, bentuk konten kombinasi, dan jenis konten inspirasi. Penelitian ketiga dari penelitian terdahulu ini dilakukan oleh Sanrio Indrawan dan Suzy Azeharie dengan judul “Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubedi) . Penelitian tersebut menggunakan metode komparasi untuk membandingkan konten yang terdapat pada akun @tirtacipeng dan @farhanzubedi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan persamaan dan perbedaan cara penyampaian pesan, isi informasi yang disampaikan, dan indikator yang terdapat pada teori AIDA (attention, interest, desire, dan action) Melalui pemaparan latar belakang tersebut menunjukkan media sosial pesan yang berisikan informasi penting yang sedang terjadi dapat disampaikan. Informasi mengenai kesehatan terutama kanker menjadi hal yang penting untuk dilakukan dengan tujuan untuk menyadarkan masyarakat dan membantu penurunan angka kasus kanker di Indonesia. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pengemasan pesan yang dilakukan oleh komunitas Indonesia Cancer Care Community (ICCC) melalui akun Instagramnya yaitu @iccc.id dan Yayasan Kanker Indonesia melalui Instagramnya yaitu @yayasankankerid. Konten edukasi dari kedua akun tersebut dipilih sebaga

i fokus penelitian ini karena keduanya merupakan komunitas yang telah aktif mengadakan beragam kegiatan baik secara online maupun offline untuk menyebarkan pesan edukasi tentang kanker. Mereka juga tetap aktif menggelar acara dan berkolaborasi dengan berbagai ahli dan brand kesehatan. Terdapat pula akun serupa yaitu @komunitas.kanker yang merupakan akun instagram dari Komunitas Support Knaker. Sangat disayangkan pada akun Instagram tersebut didominasi oleh konten dokumentasi event atau kegiatan yang mereka adakan dari pada konten edukatif mengenai kanker. Oleh karena itu, akun tersebut kurang sesuai dengan penelitian ini yang ingin menganalisis pengemasan pesan edukatif mengenai kanker. Penentuan periode untuk penelitian ini dilakukan pada Januari 2023 hingga Desember 2023 dikarenakan pada tahun 2023 Indonesia mengalami peningkatan kasus kanker dan menjadi masalah serius dalam dunia kesehatan. Berdasarkan data Globocan tahun 2023, kanker paru-paru menduduki peringkat pertama pada pria dengan angka 19.4 per 100.000 penduduk dan kanker hati berada pada peringkat kedua dengan angka 12.4 per 100.000 penduduk. Pada tahun yang sama, Jakarta juga mengalami masalah polusi udara yang menjadi salah satu faktor penyebab kanker paru-paru. Pada wanita, kanker payudara menduduki peringkat pertama dengan angka 42.1 per 100.000 penduduk dan kanker leher rahim berada pada peringkat kedua dengan angka 23.4 per 100.000 penduduk (Kemenkes, 2019). Penelitian ini akan melakukan perbandingan antara akun @iccc.id dan @yayasankanker.id dilakukan dengan tujuan untuk menyajikan suatu analisis yang komprehensif terkait dengan informasi yang berkaitan dengan kanker. Penelitian ini juga akan melakukan perbandingan antara dua akun yaitu @iccc.id dan @yayasankankerid dengan tujuan untuk mengetahui akun yang dapat membantu individu mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan terpercaya mengenai kanker. Perbandingan tersebut juga dapat memperkuat kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang kanker secara lebih luas. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti berencana untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengemasan Pesan Edukasi Kesehatan Pada Akun Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun

Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid Periode Januari – Desember 2023) 1.2. 3 8

15 27 Rumusan Masalah Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang penelitian maka rumusan masalah utama pada penelitian ini adalah 17 “Bagaimana pengemasan pesan edukasi kesehatan pada akun Instagram @iccc.id periode Januari – Desember 2023 3 8 15 27 . Dari rumusan masalah utama tersebut dapat diuraikan menjadi lebih rinci lagi dalam pertanyaan sebagai berikut: 1. Bagaimana tema pesan pada akun Instagram @icci.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023? 2. Bagaimana bentuk pesan pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023? 3. Bagaimana bentuk konten pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023? 4. Bagaimana tanggapan konten pada akun instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023? 1.3. Tujuan Penelitian Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya maka tujuan utama dari penelitian ini adalah “Menjelaskan pengemasan pesan pada akun instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember . Kemudian dari tujuan utama dari penelitian ini dapat diuraikan secara lebih rinci sebagai berikut: 1. Menjelaskan tema pesan pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023 2. Menjelaskan bentuk pesan pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023 3. Menjelaskan bentuk konten pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023 4. Menjelaskan tanggapan konten pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023 1.4. Manfaat Penelitian 1.4.1 Manfaat Akademis Peneliti berharap hasil yang didapatkan pada penelitian ini bermanfaat dan dapat berkontribusi untuk kepentingan ilmu komunikasi khususnya konten media sosial yang terkait dengan bidang kesehatan. 1.4.2. Manfaat Praktisi Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebagai masukan untuk pengelola akun instagram @iccc,id dan @yayasankankerid dalam mengemas pesan konten . Peneliti juga berharap hasil dari penelitian ini dapat menjadi panduan bagi praktisi dalam menciptakan konten pesan edukasi dalam bidang

kesehatan di media sosial. **16** BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Penelitian Terdahulu Pada penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi tinjauan literatur yang bertujuan untuk melihat keterkaitan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Tabel 2.1 Dari tiga penelitian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan literatur terdapat persamaan dan perbedaan yang ditemukan dengan penelitian ini. seperti yang terdapat pada penelitian pertama dilakukan oleh Kayla Niken Febria pada tahun 2023 dengan judul “Penggambaran Pesan Penyakit TBC melalui Kampanye di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Kampanye TBC di Akun @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia Periode Februari 2022 - Januari 2023) . Penelitian tersebut meneliti dua akun instagram yaitu @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia , sedangkan penelitian ini akan menganalisis akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Kemudian penelitian terdahulu fokus pada konten kampanye yang terdapat pada akun @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia, sedangkan penelitian ini fokus pada seluruh konten yang terdapat pada akun @iccc.id dan @yayasankankerid pada periode yang telah ditentukan. Selain itu, terdapat juga perbedaan indikator analisis pengemasan pesan seperti yang terdapat pada penelitian terdahulu adalah tema pesan, bentuk konten, sifat pesan, dan tanggapan pesan, sedangkan pada penelitian ini yang akan di analisis adalah tema pesan, bentuk pesan, bentuk konten, dan tanggapan pesan. Pada penelitian terdahulu kedua yang dilakukan oleh Antika Prameswa pada tahun 2023 dengan judul “Pengemasan Pesan Lingkungan Pada Akun Instagram @pandawaragroup (Analisis Isi Kualitatif Konten Bersih-Bersih Sampah di Sungai Periode Oktober 2022 – Februari 2023) . Dalam penelitian terdahulu terdapat konsep komunikasi lingkungan, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan konsep tersebut tetapi menggunakan konsep komunikasi kesehatan. Kemudian perbedaan juga terdapat pada periode pesan yang akan dianalisis. Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini adalah memiliki dua akun yang akan dilakukan analisis kontennya yaitu @iccc.id dan @yayasankankerid Pada penelitian terdahulu ketiga yang dilakukan oleh Sanrio Indrawan dan Suzy Azeharie dengan judul “Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter

Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubedi) . Penelitian terdahulu melakukan komparasi terhadap kedua akun yang menjadi objek penelitian, sedangkan penelitian ini hanya fokus menganalisis satu akun saja. Terdapatnya perbedaan penelitian pada objek penelitian, penelitian terdahulu menunjukkan perbedaan objek, yaitu akun @tirtacipeng dan @farhanzubedi yang merupakan akun pribadi dari dokter atau tenaga kesehatan, sedangkan pada penelitian ini mengangkat atau memilih dua objek penelitian untuk dianalisis yaitu akun milik komunitas dan organisasi kesehatan yaitu akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Kemudian pada objek penelitian pada penelitian terdahulu merupakan akun media sosial TikTok, sedangkan pada penelitian ini objek penelitiannya merupakan akun media sosial Instagram. **12** Selain itu pada penelitian terdahulu menggunakan teori AIDA (attention, interest, desire, dan action), sedangkan pada penelitian ini menggunakan konsep pengemasan pesan. 2.2 Teori dan Konsep 2.2.1 Komunikasi Kesehatan Penyebaran pesan terkait kesehatan oleh komunikator menggunakan berbagai media dengan tujuan mengarahkan dan mencapai perilaku manusia menuju kesejahteraan yang berpusat pada kesehatan fisik, mental, dan sosial (Haro et al., 2022) . Komunikasi kesehatan menjadi hal yang sangat penting dalam upaya untuk memberikan berbagai informasi mengenai kesehatan di masyarakat. Menurut (Ernawati, 2015) komunikasi kesehatan tidak hanya berperan untuk mencegah dan mempromosikan kesehatan, tetapi berperan untuk menghubungkan antara pasien dengan tenaga medis, menjadi panduan dalam mencari dan menggunakan informasi kesehatan, sebagai panduan individu dalam mengikuti rekomendasi klinis, melaksanakan kampanye kesehatan masyarakat, menyebarkan informasi tentang resiko kesehatan untuk masyarakat, menjadi representasi kesehatan dalam media massa dan budaya, sebagai edukasi mengenai cara untuk mendapatkan akses layanan dan sistem perawatan untuk masyarakat, dan menjadi bahan untuk mengembangkan alat komunikasi kesehatan nantinya. Menurut (Marlynda et al., 2020) terdapat berbagai bentuk komunikasi kesehatan yang telah dilakukan seperti kampanye media massa, program entertainment atau hiburan, dan advokasi media.

Kampanye media massa merupakan bentuk komunikasi kesehatan yang disampaikan dalam bentuk kampanye di media massa dengan tujuan untuk mengkomunikasikan isu-isu atau permasalahan mengenai kesehatan. Program entertainment atau hiburan merupakan bentuk komunikasi kesehatan yang disampaikan melalui program hiburan di media televisi, radio, dan media lainnya. Pesan mengenai kesehatan yang disampaikan sikesmas dengan kreatif sehingga dapat menarik perhatian dan menjadi lebih mudah di pahami oleh masyarakat. Kemudian media advokasi menjadi bentuk komunikasi kesehatan yang memanfaatkan media massa dengan mengikutsertakan komunitas masyarakat. Masyarakat luas atau komunitas diikutsertakan dengan harapan dapat berdiskusi secara langsung dengan maksud memperbaiki dan memperkuat kebijakan publik terkait kesehatan yang berlaku. Pada penelitian ini konsep komunikasi kesehatan digunakan karena berkaitan dengan topik penelitian yaitu pengemasan pesan edukasi kesehatan pada akun Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengemasan pesan edukasi kesehatan disampaikan melalui akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid.

2.2.2 Pesan Edukasi

Pesan Edukasi Pesan adalah seperangkat lambang bermakna seperti bahasa, isyarat, gambar, dan warna yang digunakan oleh komunikator untuk menafsirkan pikiran atau perasaannya kepada komunikan (Herawati, 2016). Bahasa isyarat, lambang, gambar, dan warna dapat menafsirkan sebuah pemikiran dengan cara menyampaikan pesan secara visual atau simbolis. Bahasa isyarat menggunakan gerakan tangan, posisi tubuh, ekspresi wajah, dan gerakan lainnya yang memiliki makna tertentu. Lambang atau simbol yang dipilih dapat mewakili konsep atau ide yang ingin disampaikan. Gambar dapat menggambarkan situasi, objek, atau konsep dengan lebih jelas dan mendetail daripada kata-kata. Warna memiliki makna psikologis tertentu yang dapat mempengaruhi perasaan dan interpretasi seseorang terhadap suatu pesan atau gambar. Gabungan dari bahasa isyarat, lambang, gambar, dan warna dalam komunikasi visual dapat memperkuat atau mengubah pemahaman dan persepsi terhadap suatu konsep atau ide yang disampaikan. Menurut Notoatmodjo dalam (Angga, 2018) edukasi merupakan bentuk usaha menyampaikan

informasi yang lebih baik kepada individu, kelompok, atau masyarakat luas. **6** Pesan edukasi adalah sebuah pikiran dan perasaan yang mengandung nilai ajaran positif dari seseorang dengan tujuan untuk mendidik orang yang menerima pesan tersebut (Widianto, 2024). Penyampaian pikiran atau perasaan seseorang yang berisi ajaran dapat disampaikan melalui tulisan, lisan, visual, maupun audiovisual. Pesan edukasi menyampaikan informasi yang lebih baik karena bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan kemampuan para penerima pesan. Pesan edukasi juga membantu penerima pesan membuat keputusan yang lebih tepat dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Konsep pesan edukasi digunakan pada penelitian ini karena sesuai dengan topik penelitian, yaitu pengemasan pesan edukasi yang dilakukan oleh akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid. Melalui penjelasan di atas, peneliti menggunakan konsep pesan edukasi dengan tujuan untuk mengidentifikasi pesan yang mengandung nilai positif atau pesan yang dapat memberikan edukasi dan mengetahui tema pesan, bentuk pesan, dan bentuk konten yang disampaikan oleh kedua akun tersebut. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui tanggapan para audiens yang menunjukkan bahwa mereka merasa mendapatkan edukasi dari pesan yang disampaikan.

2.2.3 Pesan Edukasi Kesehatan Menurut Mubarak dan Chayatin dalam (Ihsani & Santoso, 2019)

edukasi kesehatan merupakan sebuah proses dinamis yang bertujuan untuk merubah perilaku manusia tidak hanya melibatkan pengiriman materi atau teori dari satu individu ke individu lain atau hanya dengan memberitahukan tata cara saja. Edukasi telah menjadi bagian dari upaya promosi kesehatan dengan tujuan untuk menyedarkan, memberikan, dan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang cara menjaga dan meningkatkan kesehatan, baik untuk diri sendiri maupun keluarga (Adrianto et al., 2021). Perubahan perilaku yang terjadi pada individu, kelompok, dan masyarakat akan muncul dengan adanya kesadaran yang tumbuh dari dalam diri mereka. Pembelajaran digital dirancang dalam bentuk konten dengan memanfaatkan media digital. Proses pembelajaran digital melibatkan tahap perencanaan yang kemudian menghasilkan konten yang berisi pesan edukatif

atau materi pembelajaran. Konten tersebut selanjutnya disampaikan kepada pengguna media digital (Munir, 2017). Pesan edukasi dapat diberikan atau disampaikan oleh dokter dan tenaga kesehatan, organisasi kesehatan, kementerian kesehatan, dan institusi akademik kesehatan. Dapat disimpulkan edukasi dalam bidang kesehatan merupakan bagian dari proses yang bertujuan untuk merubah perilaku manusia dengan menyadarkan, memberikan, dan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang kesehatan. Edukasi juga dapat melibatkan media digital yang dirancang melalui konten yang berisikan pesan edukasi yang disampaikan kepada masyarakat luas. Akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid merupakan akun yang aktif dalam menyebarkan konten edukasi yang berfokus pada kanker dengan tujuan mengurangi angka kasus kanker di Indonesia. Konsep pesan edukasi yang terdapat dalam penelitian ini menjadi fokus utama peneliti untuk menganalisis konten yang ada di akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Pesan edukasi yang disampaikan oleh kedua akun tersebut menjadi kebutuhan masyarakat dalam memperdalam pemahaman mengenai kondisi kesehatan dan berbagai hal yang berkaitan dengan penyakit kanker. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan edukasi yang disampaikan melalui konten pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid. Konsep pesan edukasi kesehatan digunakan dalam penelitian ini karena berkaitan dengan topik pengemasan pesan edukasi kesehatan pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid. Konsep ini digunakan oleh peneliti untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya perubahan perilaku audiens setelah mereka melihat pesan edukasi kesehatan yang disampaikan.

2.2.4 Media Baru

Media baru merupakan media yang berkembang di saat masyarakat global memiliki karakteristik yang berbeda-beda pada setiap medianya (Dahlia, 2021). Perbedaan keinginan dan kebutuhan konten yang akan diakses oleh masyarakat dapat dipenuhi dengan kehadiran media baru. Media konvensional berkembang menjadi media baru yang didukung oleh perkembangan teknologi internet. Media baru menjadi media komunikasi dengan karakteristik fleksibel dikarenakan mudah untuk digunakan tanpa ada batasan yang berkaitan dengan waktu dan ruang.

Kemunculan media baru juga memberikan kemudahan dan kecepatan dalam mengirimkan pesan. Kehadiran media baru memberikan dampak terhadap peningkatan segmentasi dalam proses komunikasi dan informasi yang bermunculan dalam sebuah media dapat dipublikasikan secara serentak oleh para penggunanya (Luik, 2020). McQuail mengklasifikasikan media baru menjadi empat kategori yaitu media komunikasi interpersonal, media permainan interaktif, media pencarian informasi, dan media partisipasi kolektif (Annisa, 2018). Media komunikasi interpersonal, berbagai media yang termasuk dalam media baru memberikan ruang untuk proses komunikasi yang bersifat privat. Beberapa contoh media komunikasi interpersonal adalah telepon, email, messenger, dan lain-lain. Media permainan berbasis komputer, media ini memunculkan aktivitas komunikasi yang interaktif dari para pemainnya. Media bermain interaktif dapat dilakukan menggunakan komputer dengan media video game dan permainan yang melibatkan beberapa orang yang terhubung melalui internet. Media baru pencarian informasi merupakan media yang dapat digunakan untuk mengakses informasi. Ketersediaan media ini memberikan peluang yang besar untuk digunakan sebagai alat pembelajaran dan dalam lingkup pekerjaan profesional. Jenis media pencarian informasi dapat dioptimalkan dengan baik untuk pendidikan maupun keperluan kerja dalam berbagai bidang. Media baru didukung dengan internet untuk menyebarkan informasi, ide, gagasan, opini, serta memperluas jaringan hubungan individu. Media baru jenis partisipasi kolektif ini juga menjadi media bagi masyarakat untuk menyuarakan pendapat mereka tentang suatu isu atau masalah. Dalam penelitian ini, konsep media baru digunakan karena berkaitan dengan topik penelitian yaitu pengemasan pesan edukasi kesehatan pada akun Instagram. Media baru merujuk pada media yang berkembang disaat masyarakat global memiliki katakteristik tersendiri pada setiap medianya dan terjadinya fleksibilitas dalam menggunakannya tanpa batasan waktu dan ruang. Media baru mencakup berbagai platform komunikasi, termasuk media sosial, yang memfasilitasi penyebaran informasi, ide, dan opini dengan cepat dan efisien. 2.2.4.1 Media Sosial Media sosial

adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memberikan kesempatan individu untuk membuat dan mengembangkan profil.. Media sosial memiliki kemampuan untuk menghasilkan data sosial yang besar sehingga para penggunanya memungkinkan untuk lebih memahami karakteristik individu organisasi, dan komunitas yang juga aktif menggunakan media sosial (Suratnoaji et al., 2019). Media sosial menjadi tempat komunikasi dua arah dikarenakan saat proses komunikasi terjadi ada saatnya komunikator menjadi komunikan dan komunikan dapat menjadi komunikator. Keterbukaan atau kebebasannya untuk menyampaikan pesan membuat media sosial menjadi platform yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Hal tersebut membuat para penggunanya untuk mengembangkan pola pikir yang luas terhadap berbagai ide dan pandangan. Media sosial tidak hanya digunakan oleh individu tetapi media sosial juga dimanfaatkan untuk keperluan pada bidang politik, bisnis, kesehatan, dan berbagai bidang lainnya. Media massa memiliki peran penting sebagai sumber kekuatan masyarakat. Masyarakat dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengendalikan, manajemen, dan menghasilkan inovasi (Choiriyati, 2015). Hal tersebut dapat dilakukan oleh masyarakat dengan memberikan penilaian, rekomendasi, dan mempengaruhi opini publik melalui media sosial. Media sosial juga menjadi media untuk pemasaran dikarenakan terdapat beberapa media sosial yang memiliki fitur periklanan. Penggunaan media sosial juga menjadi sarana yang efektif untuk melakukan digital branding seperti membangun reputasi, citra, dan melakukan pemasaran dari berbagai bidang. Keefektifan media sosial menjadi media pemasaran terletak pada biaya yang lebih efisien, kemampuan menjangkau target lebih luas, dan adanya sifat interaktif yang dapat menghubungkan komunikan dengan pihak komunikator. Dalam penelitian ini, konsep media sosial digunakan karena relevan dengan topik penelitian, yaitu pengemasan pesan edukasi kesehatan pada akun Instagram. Sebagai bagian dari media baru, media sosial memiliki peran penting dalam komunikasi dua arah dalam bidang kesehatan karena dapat digunakan sebagai media untuk mengemas dan menyampaikan pesan edukasi kesehatan. 2.2 **36** 4.2 Instagram Instagram

merupakan salah satu media sosial yang saat ini terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Secara mendasar, Instagram merupakan media untuk membagikan foto atau video secara luas dengan bantuan internet sehingga proses tersebut menjadi instan atau cepat (Sugito et al., 2022). Instagram dapat digunakan untuk individu, lembaga, atau perusahaan dengan berbagai tujuan terutama untuk mempromosikan bisnisnya. Instagram dapat digunakan sebagai media atau tempat membangun citra seseorang atau sebuah organisasi. Seseorang dapat menggambarkan dirinya melalui aktivitas yang dia lakukan di Instagram. Para pengguna biasanya memposting kegiatan yang mereka lakukan, tempat, dan barang yang berada di sekitar mereka kemudian dibagikan dalam bentuk foto atau video. Instagram juga dapat menjadi media untuk mempertahankan dan memperluas jaringan pertemanan dengan pengguna lainnya melalui interaksi yang dilakukan menggunakan fitur yang tersedia di Instagram (Marchellia & Siahaan, 2022). Fitur merupakan alat yang digunakan untuk berbagi konten dan berinteraksi secara langsung dengan pengguna lainnya. Pada Instagram terdapat beberapa fitur seperti feeds, reels, story, direct messaging, dan live video. **35** Feeds merupakan fitur Instagram yang menunjukkan pada halaman utama dan postingan yang berupa foto atau video dari sebuah akun. **24** Reels adalah fitur dari Instagram yang dapat digunakan untuk membuat dan membagikan video secara lebih kreatif dengan durasi pendek sekitar 15 sampai dengan 90 detik. Story menjadi fitur Instagram yang digunakan untuk membagikan foto atau video yang dapat dilihat oleh pengguna lain selama 48 jam. **12 37** Direct messaging merupakan fitur yang digunakan untuk berkomunikasi secara pribadi dengan pengguna lainnya. Kemudian live video adalah fitur dari Instagram yang digunakan untuk melakukan siaran langsung dengan para pengikut dan dapat dilakukan secara kolaborasi dengan akun pengguna lainnya. Dalam penelitian ini, konsep Instagram digunakan karena berkaitan dengan topik penelitian yaitu pengemasan pesan edukasi kesehatan pada akun Instagram. Sebagai bagian dari media baru, Instagram dimana individu, lembaga, atau perusahaan dapat membagikan foto atau video secara instan dengan bantuan internet.

Dalam penelitian ini, Instagram digunakan sebagai media untuk mengemas dan menyampaikan pesan edukasi kesehatan yang dilakukan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid melalui berbagai fitur yang tersedia di Instagram.

2.2.5 Pengemasan Pesan

Pesan merupakan lambang atau simbol yang membawa arti dan dipilih oleh pengirim pesan untuk disampaikan kepada penerima pesan (Hariyanto, 2021). **34** Untuk menyampaikan pesan diperlukan proses pengemasan pesan dengan tujuan untuk mencapai komunikasi efektif. Pengemasan pesan merupakan suatu proses untuk menentukan pesan-pesan yang akan diolah menjadi konten dengan menggunakan cara penyampaian yang menyenangkan dan pemilihan bahasa yang mudah dipahami agar dapat memastikan pesan diterima dengan baik oleh masyarakat (YZ & Saleh, 2018). Cara penyampaian pesan secara jelas dan menyenangkan akan meningkatkan keterlibatan audiens. Melalui cara penyampaian yang tepat dengan menggunakan gaya, nada, dan bahasa yang sesuai dengan isi pesan maka pesan akan dapat lebih mudah diterima dan diingat. Pemilihan gaya bahasa yang digunakan dapat meningkatkan efek dan kejelasan gagasan yang akan disampaikan, sehingga gagasan dan perasaan yang disampaikan dapat dimengerti oleh komunikator (Nugrahani, 2017). Pengemasan pesan juga memperhatikan visual yang ditampilkan seperti gambar, grafik, dan diagram untuk memperkuat dan memperjelas pesan yang disampaikan. Pemilihan media juga menjadi bagian paling penting dalam pengemasan pesan dikarenakan setiap media memiliki karakteristik tersendiri, sehingga seluruh hal yang berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan harus menyesuaikan media yang dipilih. Dalam proses pengemasan pesan, peneliti memperhatikan tema pesan, bentuk pesan, bentuk konten, dan jenis konten yang disampaikan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid melalui konten visual dan caption teks. Pada penelitian ini, konsep pengemasan pesan menjadi konsep utama karena relevan dengan topik penelitian yaitu pengemasan pesan edukasi kesehatan pada akun Instagram. Pada penelitian ini peneliti melakukan analisis tema pesan, bentuk pesan, dan bentuk konten yang digunakan untuk menyampaikan pesan edukasi kesehatan melalui akun @iccc.id dan @yayasankankerid d

i Instagram. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan tanggapan dan interaksi yang diterima dari pesan yang disampaikan, sehingga dapat mempengaruhi cara pengemasan pesan yang telah dilakukan.

2.2.5.1 Tema Pesan

Pesan pada dasarnya adalah Produk disalurkan atau disampaikan dari komunikator ke komunikan baik secara langsung ataupun melalui media (Purwasito, 2017). Tema merupakan gagasan atau konsep yang menjalin struktur isi dari suatu cerita (Amorta et al., 2022). Tema pesan merupakan pokok pikiran dari pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara langsung maupun melalui media. Tema pesan juga memisahkan berbagai macam tujuan yang terdapat dalam sebuah pesan. Dalam penelitian ini, konsep tema pesan merupakan bagian dari pengemasan pesan, dengan tujuan untuk mengetahui berbagai jenis tema pesan edukasi yang telah disampaikan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Analisis tema pesan dapat membantu memahami tujuan yang ingin dicapai melalui pesan-pesan edukasi kesehatan yang disampaikan. Pada proses pengemasan pesan penentuan tema pesan dapat mengarahkan dalam penentuan konten yang relevan dan efektif untuk mencapai target audiens yang dituju. Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan pada dengan melihat akun Instagram @iccc.id, terdapat beberapa tema pesan yang telah dipublikasikan oleh @iccc.id. Berikut beberapa tema pesan yang terdapat pada konten akun @iccc.id sekaligus indikator yang akan peneliti olah untuk identifikasi tema pesan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kanker
Jenis kanker merupakan nama kanker yang disesuaikan dengan organ atau jaringan dimana kanker tersebut di terbentuk (ekahospital.com, 2023). Tema pesan jenis kanker merupakan pesan yang mencakup informasi secara mendalam tentang berbagai jenis kanker. Pada tema ini akun Instagram @iccc.id fokus menjelaskan jenis kanker dan letak organ tubuh yang terserang.
2. Fakta Kanker
Menurut Suyono dalam (Lestari et al., 2019) fakta adalah sesuatu yang apa adanya atau gambaran dari keadaan atau peristiwa yang terdiri dari beberapa jenis seperti fakta benda, peristiwa, jumlah, waktu, dan faktor penyebab. Tema pesan fakta kanker berisikan berisikan informasi

yang telah diverifikasi serta didukung dengan bukti ilmiah mengenai penyakit kanker. Pada tema ini akun Instagram @iccc.id menyampaikan fakta menggunakan data dalam bentuk grafik atau uraian data tersebut dalam bentuk tulisan saja. 3. Faktor Pemicu Kanker dan Gejala Kanker Faktor adalah kondisi yang menyebabkan atau mempengaruhi munculnya keinginan atau minat, baik dari faktor internal dalam diri individu maupun dari luar diri atau faktor eksternal seperti keluarga, lingkungan, dan komunitas (Hidayati, 2021). Gejala adalah kejadian tidak biasa yang menandakan seseorang mungkin mengalami atau mengidap penyakit tertentu dan harus diperhatikan (Telemed.ihc.id, 2021). Tema pesan ini memberikan informasi mengenai faktor pemicu kanker serta gejala yang dialami oleh penderita. Pada akun Instagram @iccc.id tema pesan ini disampaikan dengan menyebutkan berbagai faktor pemicu kanker dan gejala yang akan dialami sesuai dengan jenis kanker.

28 4. Pencegahan Kanker Pencegahan adalah upaya individu untuk mencegah terjadinya sesuatu atau kejadian yang tidak diinginkan (Firman, 2022). Tema pesan pencegahan merupakan pesan yang berisikan informasi seperti saran atau langkah-langkah pencegahan yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk mengurangi resiko kanker. Pada akun @iccc.id tema ini berisikan saran tindakan yang dapat dilakukan masyarakat luas untuk mencegah terkena penyakit kanker. 5. Diagnosis Kanker Diagnosis adalah suatu upaya untuk mengetahui, menetapkan atau menegakkan, dan mengidentifikasi jenis penyakit, masalah, dan kondisi kesehatan yang dialami oleh seorang pasien atau penderita (Permana & Sumaryana, 2018). Pada tema pesan diagnosis ini memberikan informasi mengenai proses identifikasi dan penentuan jenis penyakit kanker. Pada akun @iccc.id tema pesan ini memberitahukan berbagai jenis kanker memiliki proses diagnosis yang berbeda-beda untuk memastikan secara spesifik jenis kanker yang diderita. 6. Pengobatan Kanker Pengobatan adalah tindakan nyata dokter berdasarkan pengetahuan dan keputusan ilmiah serta keterampilan intervensi pengobatan untuk memberikan manfaat maksimal dan meminimalkan risiko bagi pasien (Bonga, 2017). Tema pesan pengobatan merupakan pesan yang berisikan berbagai aspek perawatan

medis dan pengobatan penyakit. Tema pengobatan pada akun @iccc.id disampaikan dengan menyebutkan berbagai cara pengobatan yang dapat dilakukan sesuai dengan jenis kanker. 2.2.5.2 Bentuk Pesan Bentuk pesan menjadi bagian dari pengemasan pesan dikarenakan bentuk pesan dapat mempengaruhi cara menerima dan interpretasi pesan yang dilakukan oleh komunikator. Sumber pesan yang terdapat dalam konten dapat disertakan dalam bentuk pesan apapun. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya menjaga integritas dan kejujuran informasi yang disampaikan. Keberadaan sumber pesan tersebut juga merupakan prinsip dasar dalam membangun komunikasi yang transparan dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, konsep bentuk pesan juga merupakan bagian dari pengemasan pesan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi berbagai bentuk pesan, seperti informatif, persuasif, dan koersif, yang telah disampaikan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Analisis bentuk pesan membantu memahami variasi dalam cara pesan edukasi kesehatan disampaikan kepada audiens. Dalam proses pengemasan pesan, penentuan bentuk pesan mempengaruhi pilihan konten yang relevan dan efektif untuk mencapai tujuan komunikasi yang dituju. Bentuk pesan juga dapat memperjelas tujuan dan tingkat kepentingan dari pesan yang disampaikan. A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab dalam (Adinata & Destiwat, 2017) mengatakan bahwa terdapat tiga bentuk pesan, sebagai berikut: 1. Informatif Bentuk pesan informatif merupakan pesan yang mengandung informasi penting berdasarkan data dan fakta (Adinata & Destiwat, 2017). Dari pesan yang telah disampaikan maka komunikator dapat mengambil kesimpulan dan keputusannya sendiri. 2. Persuasif Bentuk pesan persuasif adalah pesan yang dikemas dengan tujuan untuk membangun kesadaran dan mengajak komunikator untuk merubah sikap (Adinata & Destiwat, 2017). Bentuk pesan persuasif tidak memaksa komunikator untuk mengikuti isi dari pesan tersebut. 3. Koersif Bentuk pesan koersif merupakan pesan yang mengandung pemaksaan, adanya intimidasi, dan ancaman untuk mencapai tujuan tertentu (Adinata & Destiwat, 2017). 2.2.5.3 Bentuk Konten Bentuk konten merupakan cara sebuah konten disajikan dengan memanfaatkan atau menyesuaikan fitur dari media yang telah dipilih. **38** Bentuk konten

yang digunakan untuk mengemas pesan dapat menjadi daya tarik komunikasi. Bentuk konten yang menggunakan visual secara kreatif dapat membantu komunikasi untuk mengingat pesan yang disampaikan. Konten media merupakan berbagai bentuk atau format yang ada dalam suatu media seperti foto, video, audio, forum, blog, dan berbagai bentuk konten lainnya yang dipublikasikan melalui media yang menggunakan teknologi atau media online oleh para penggunanya (Aji et al., 2022). Dalam penelitian ini, konsep bentuk konten merupakan bagian dari pengemasan pesan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis bentuk konten yang dipilih dan digunakan untuk mengemas pesan yang telah disampaikan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Analisis bentuk konten ini membantu memahami bagaimana pesan-pesan edukasi kesehatan disajikan melalui media sosial Instagram. Pada penelitian ini bentuk konten menjadi bagian dari pengemasan pesan yang akan diteliti.

20 Media sosial Instagram mempunyai sejumlah fitur seperti foto, video, followers, comment, like, hashtag, location, caption, tagging, instagram ads, dan berbagai fitur lainnya (Retnasari, 2021). Dari penjelasan tersebut peneliti akan mengidentifikasi bentuk konten gambar, video, dan multiple feed yang di publish oleh @iccc.id pada periode yang sudah ditentukan. Kemudian bentuk konten juga dapat menjadi identitas sebuah akun dikarenakan terdapat kreativitas dan gaya visual yang dipertahankan. Pada media Instagram para pengguna dapat membagikan konten dalam tiga bentuk sebagai berikut: 1. Gambar Single post adalah istilah dalam konteks media sosial atau platform blogging yang merujuk pada kiriman tunggal yang dipublikasikan oleh seorang pengguna (Salsabila, 2023). Bentuk konten gambar atau disebut juga dengan single image atau single image merupakan bentuk konten yang didalamnya terdapat informasi dengan dikemas dalam bentuk konten yang menampilkan foto, infografik, atau hasil kreatifitas dari digital. Pada media Instagram bentuk konten gambar dapat dijelaskan sebagai konten yang dipublikasi berisikan satu gambar saja. 2. Video Video merupakan media elektronik yang mengintegrasikan atau menyatukan teknologi visual dan audio menjadi suatu tayangan dinamis dan menarik

(Yudianto, 2017). Pada media sosial instagram bentuk konten video dapat publikasikan dengan berbagai fitur yang berbeda sebagai bagian fasilitas komunikasi yang disediakan oleh Instagram. Bentuk konten video pada media sosial dapat diunggah menggunakan fitur video, story, dan reels. 3. Multiple Feed Instagram juga memiliki fitur multiple feed atau multiple post dimana penyebaran informasi dalam bentuk visual yang saling terhubung dari satu halaman ke halaman selanjutnya (Putra & Astina, 2019). Bentuk konten multiple feed ini dikenal juga dengan carousel dimana bentuk konten yang dapat digunakan oleh para pengguna Instagram dapat mempublikasikan 10 jumlah gambar atau video dalam sekali posting (Kusuma et al., 2023). Bentuk konten ini biasanya digunakan untuk memberikan pesan dengan jumlah yang banyak sehingga komunikannya dapat melihat pesan lainnya yang berada di slide berikutnya.

2.2.5.4 Tanggapan Pesan

Tanggapan merupakan hasil dari pemahaman dan penafsiran komunikasi terhadap pesan yang telah diterima. Individu melakukan proses seleksi informasi dan interpretasi terhadap pesan yang diterima dengan mendengar atau melihat. Tanggapan yang diberikan oleh komunikasi akan ditafsirkan sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang dimilikinya. Tanggapan juga disebut dengan reaksi komunikasi atas pesan yang diterima. Pada media sosial Instagram fitur komentar menjadi tempat untuk menyampaikan tanggapan atau opini dari pesan yang telah diunggah. Tulisan, emoticon, dan graphic Interchange Format (GIF) merupakan bagian dari tanggapan yang dapat digunakan oleh para pengguna Instagram untuk memberikan tanggapan (Purwaningsih & Sabardila, 2020). Tanggapan yang diberikan melalui media sosial dapat mempengaruhi citra komunikator dikarenakan sifat media sosial yang terbuka memungkinkan pengikut dan pengguna lainnya akan menanggapi pesan yang disampaikan. Dalam penelitian ini, konsep tanggapan pesan merupakan bagian penting dari pengemasan pesan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi berbagai tanggapan atau komentar dari audiens terhadap pesan yang telah dikemas menjadi konten yang disampaikan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankeri d. Tanggapan yang diberikan oleh para audiens melalui fitur komentar

dapat dijadikan sebagai evaluasi terhadap pengemasan pesan yang telah dilakukan. Evaluasi terhadap tanggapan ini dapat menjadi landasan untuk meningkatkan proses pengemasan pesan edukasi kesehatan di kedepannya. Menurut (Arintowati & Wahyudi, 2022) tanggapan pesan atau komentar dibagi menjadi dua yaitu positif dan negatif sebagai berikut: 1. Tanggapan Positif Tanggapan positif adalah reaksi yang menciptakan kesan baik untuk diri sendiri dan bagi orang yang menerimanya (Arintowati & Wahyudi, 2022). Tanggapan positif merupakan reaksi komunikasi yang menunjukkan persetujuan, dukungan, atau apresiasi dari pesan yang disampaikan. Pemilihan kata yang sopan dan tidak menyinggung merupakan bentuk dari tanggapan yang positif. Reaksi positif yang disampaikan atas pesan yang disampaikan dapat membangun dan memperkuat hubungan antara komunikasi dengan komunikator. Suasana positif dan kepercayaan diri juga tercipta melalui tanggapan positif yang diberikan. Dari tanggapan positif yang diberikan oleh komunikasi membuat komunikator mendapatkan citra positif. Peneliti menentukan komentar positif dengan memperhatikan adanya pujian, dukungan terhadap akun atau individu yang menjadi sasaran pesan, apresiasi, masukan atau saran yang bersifat positif, serta tanggapan yang mengingatkan atau menggambarkan kondisi atau situasi saat ini. 2. Tanggapan Negatif Tanggapan negatif adalah respons yang menimbulkan kesan buruk bagi orang yang menjadi sasaran maupun bagi orang yang membacanya baik disengaja maupun tidak (Arintowati & Wahyudi, 2022). Tanggapan negatif merupakan tanggapan yang menunjukkan reaksi ketidaksetujuan, kritik, kekecewaan, atau kemarahan terhadap pesan yang disampaikan. Tanggapan negatif terhadap pesan dalam konten dapat memberikan pengaruh buruk hingga memunculkan konflik dalam interaksi yang dilakukan antara komunikasi dan komunikator. Tanggapan negatif juga mempengaruhi keputusan atau kesepakatan dari pesan yang disampaikan. Dari tanggapan negatif yang diberikan oleh komunikasi dapat menyebabkan komunikator mendapatkan citra negatif. Peneliti menentukan komentar negatif dengan memperhatikan adanya penggunaan kata kasar atau merendahkan, nada yang sarkastik, serangan terhadap pribadi, dan tanggapan yang menimbulkan

konflik atau provokasi. 2.3 Kerangka Berpikir Pada kerangka berpikir diatas menunjukkan bahwa penelitian ini dimulai dengan meningkatnya angka kasus kanker di Indonesia. Komunitas kesehatan seperti Indonesia Cancer Care Community dan organisasi kesehatan yang berfokus pada kanker seperti Yayasan Kanker Indonesia menjadi komunitas dan organisasi kesehatan yang aktif pada akun Instagramnya untuk memberikan pesan terkait dengan kanker. **26** Media sosial menjadi salah satu media yang bisa dimanfaatkan atau berfungsi sebagai sarana atau alat untuk menjalankan komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh pemerintah memiliki tujuan untuk memberikan kesadaran dan menekankan angka kanker di Indonesia. Komunitas dan organisasi juga menjadi bagian yang membantu berjalannya komunikasi kesehatan di Indonesia. Melihat hal tersebut peneliti ini melihat pengemasan pesan pada akun instagram @iccc.id dan @yayasankankerid pada periode Januari - Desember 2023. Untuk mengetahui pengemasan pesan yang dilakukan maka peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan konsep tema pesan, bentuk pesan, bentuk konten, dan tanggapan pesan. **8 9 15 32** Untuk mengetahui hasil dari konsep yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi. Dari rangkaian proses yang telah dilewati penelitian ini akan mengungkapkan pengemasan pesan komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid. **14** BAB III METODE PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian Paradigma penelitian merupakan pandangan peneliti terhadap asumsi dasar dari suatu penelitian yang diterapkan dalam model, metode, dan pelaksanaan penelitian tersebut. (Abdussamad, 2021). Paradigma juga menjadi landasan yang digunakan untuk mengamati pokok atau gejala yang dipandang sebagai suatu realitas tunggal atau jamak. Paradigma yang terdapat pada penelitian akan membantu peneliti untuk menentukan metodologi dan kerangka penelitian. Sehingga pada akhirnya pendekatan akan berdampak pada penentuan metodologi penelitian. Pada penelitian kualitatif terdapat tiga paradigma yaitu konstruktivisme, post- positivisme, dan teori kritis (Murdiyanto, 2020). **41** Pada penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme. Pada paradigma post-positivisme kebenaran yang terjadi pada kehidupan sosial bersifat

kompleks atau tidak bersifat tunggal sehingga tidak terikat dengan satu teori (Mamik, 2014). Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa paradigma post-positivisme memegang kebenaran yang terjadi pada kehidupan sosial yang memiliki banyak makna atau keberagaman perspektif. Keberagaman makna atau perspektif tersebut mendukung penelitian untuk mengumpulkan data dan menganalisis data. Salim dalam (Wulandary, 2019) mengatakan bahwa paradigma post-positivisme memiliki hubungan antara peneliti atau pengamat dengan objek penelitian. Objek penelitian dalam paradigma ini harus bersifat interaktif dan pada proses pengumpulan data peneliti harus berinteraksi atau melakukan pengamatan secara langsung. Pentingnya peran peneliti yang netral dan adanya pengamat yang terlibat menjadikan penelitian ini dapat mengurangi tingkat subjektivitas. Keberagaman perspektif tersebut memberikan dukungan yang kuat bagi peneliti dalam menerapkan paradigma post-positivisme. Untuk mengetahui keberagaman perspektif dan mencapai kesepakatan dalam proses analisis yang akan dilakukan maka peneliti melibatkan coder atau individu lain yang akan membantu menghasilkan data yang reliabel. Dengan demikian, data dalam penelitian ini dapat mengungkapkan realitas dalam pengemasan pesan yang dilakukan oleh Indonesia Cancer Care Community dan Yayasan Kanker Indonesia melalui akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid pada periode yang telah ditentukan.

3.2 Metode Penelitian Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bersifat alamiah untuk mengkaji suatu masalah terkait dengan individu, fenomenal, simbol, dokumen, dan gejala sosial (Murdiyanto, 2020).

25 Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif akan menjelaskan fenomena yang akan dianalisis secara deskriptif dan mendalam. Penelitian kualitatif memfokuskan perspektif subjek, proses, dan makna dari fenomena dengan menggunakan teori yang sesuai untuk mendukung penelitian (Fiantika et al., 2022). Dari pertanyaan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan dengan menitik beratkan pada pemahaman atau perspektif terhadap masalah atau fenomena kehidupan sosial berdasarkan pada kondisi realitas yang dipandang secara menyeluruh, kompleks dan rinci. Paradigma kualitatif

memiliki pandangan bahwa untuk memahami fenomena sosial, budaya dan tingkah laku manusia tidak cukup dengan dilihat secara langsung. Untuk melihat hal tersebut diperlukan pengamatan secara keseluruhan dengan totalitas sesuai dengan konteks penelitian (Murdiyanto, 2020). Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif menuntut peneliti membuat gambaran secara menyeluruh dari fenomena yang diteliti kemudian menganalisis informasi yang didapatkan dari subjek penelitian, serta menyajikannya dalam bentuk hasil laporan penelitian. Metodologi penelitian analisis isi merupakan metodologi yang digunakan untuk membahas secara mendalam mengenai isi pesan komunikasi dengan tujuan untuk membuat kesimpulan (Saputri, 2016). Analisis pesan juga diartikan sebagai cara yang digunakan untuk menganalisis pesan secara mendalam dengan tujuan akhirnya mengetahui respon atau perilaku dari komunikan. Metode analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis isi pesan dalam bentuk media cetak, audio, visual, dan audio visual. Analisis isi memiliki sifat objektif dikarenakan hasil analisis yang sudah dilakukan tidak dipengaruhi oleh pendapat dan kepentingan pribadi dari peneliti. Hasil dari analisis isi bersifat replikabel yang dimana hasil penelitian dan temuan penelitian dapat terulang atau serupa. Hal tersebut dapat terjadi walau terdapat perbedaan waktu saat melakukan penelitian. Validitas dalam penelitian yang menggunakan metode analisis isi merujuk pada struktur klarifikasi atau kombinasi yang saling berkaitan antara isi penelitian dengan faktor yang melatarbelakanginya. Skema klasifikasi merupakan landasan dari penelitian yang melibatkan proses pengelompokan dan pemilihan kata-kata yang berkaitan erat atau memiliki makna yang sepadan (Izzah, 2018) Metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif dipilih oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan mengetahui pengemasan pesan edukasi pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid selama periode Januari hingga Desember 2023. Untuk mendapatkan dan mengungkapkan gambaran pengemasan pesan pada akun dan periode tersebut peneliti akan menganalisis berbagai aspek tema yang terdapat pada akun @iccc.id dan @yayasankankerid seperti tema pesan, bentuk

k pesan, bentuk konten, dan tanggapan dari para audiens. Untuk memastikan keobjektifan pada penelitian ini maka peneliti digunakan metode pengujian data Holsti. Pada tahap pengujian data dalam penelitian ini akan mengikut sertakan orang lain sebagai coder untuk mengisi lembar coding yang nantinya dihitung menggunakan rumus holsti. Dengan melibatkan orang lain dalam proses coding, penelitian ini dapat meningkatkan keobjektifan dan keakuratan analisis data.

3.3 Unit Analisis Unit analisis merujuk pada bagian kecil yang menjadi fokus utama penelitian dalam objek penelitian (Arafat, 2018).

22 Penentuan unit analisis menjadi bagian paling penting dalam penelitian ini dengan tujuan untuk meminimalisir potensi kesalahan pada saat pengumpulan data dan pengambilan kesimpulan hasil dari penelitian. Unit analisis dalam penelitian sangat beragam seperti individu, kelompok, organisasi, dan peristiwa sosial. Pemilihan unit analisis didasarkan pada pernyataan penelitian itu sendiri atau disesuaikan dengan fokus penelitian. Unit analisis yang dipilih dengan sesuai akan berkontribusi dengan menghasilkan data yang berkualitas serta dapat diinterpretasikan dengan baik. Dalam penelitian ini, unit analisis yang akan gunakan adalah konten pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid periode Januari – Desember 2023. Konten yang berisikan gambaran visual dan teks pada periode tersebut akan diperlihatkan dan dikategorikan berdasarkan lembar coding yang telah disusun. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar peneliti dapat menarik kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan. Pada penelitian ini peneliti memilih konten mengenai kanker untuk dijadikan unit analisis. Setelah peneliti melakukan perhitungan jumlah postingan pada kedua akun tersebut selama periode Januari - desember 2023. Hasil dari perhitungan yang peneliti lakuakn akun @iccc.id memiliki total 123 postingan dan akun @yayasankankeri d memiliki 141 postingan selama periode Januari - desember 2023. Peneliti juga menghitung konten edukasi terkait kanker sebanyak 70 konten pada akun @iccc.id dan 80 konten pada akun @yayasankankerid dalam period e yang sama. Namun, pada periode tersebut terdapat beberapa konten yang

tidak dijadikan unit analisis karena berisi informasi mengenai event, donasi, dan keadaan atau kasus kesehatan medis lainnya di Indonesia yang tidak berkaitan dengan kanker. **3 7 11** Berikut beberapa contoh konten yang ada pada periode tersebut: 3.4 Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data merupakan bagian penting dari proses penelitian dengan tujuan untuk membantu peneliti memperoleh informasi atau data yang diperlukan dan sesuai dengan penelitian. Data yang dikumpulkan akan dijadikan bahan penulisan untuk membuktikan validitas sebuah penelitian (Marwah, 2019). Teknik pengumpulan data menjadi alat yang berguna untuk peneliti menguji data yang diperlukan secara sistematis dan terstruktur. **18 31** Melalui teknik pengumpulan data peneliti dapat mengumpulkan informasi yang sesuai dengan fokus atau tujuan dari penelitian. Proses pengumpulan data juga membantu dalam menyediakan informasi yang digunakan untuk memprediksi sebuah fenomena yang diteliti. Data yang relevan dan representatif dapat digunakan untuk menganalisis pola atau fenomena tertentu. **7 39** Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dokumentasi. Data yang diperlukan terdiri dari berbagai jenis dokumentasi, seperti gambar, video, laporan, dan lain- lain yang relevan dengan topik penelitian. Data yang diperlukan pada metode dokumentasi dapat diperoleh dengan cara mengaksesnya melalui sumber- sumber terpercaya atau lokasi penelitian itu sendiri. Dengan menggunakan data dalam bentuk dokumentasi, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti. Pada proses pengumpulan data peneliti mengumpulkan, menyusun, dan mencatat dokumen yang sudah terkumpul dan terpilih sesuai dengan topik penelitian. Hal tersebut mengharuskan peneliti memahami fenomena, topik, dan konsep dalam penelitian. Setelah peneliti memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, peneliti dapat melanjutkan ke proses berikutnya dengan tujuan untuk merespon, menjawab dan mencapai tujuan penelitian. Data yang telah dikumpulkan juga menjadi bukti untuk mendukung temuan yang dihasilkan dari penelitian. **18 33** Pada penelitian ini terdapat beberapa teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, yaitu: 1. Peneliti mengumpulkan data yang terdapat

dalam akun @iccc.id dan @yayasankankerid pada periode Januari – Desember 20

23. 2. Peneliti melakukan seleksi berdasarkan kriteria unit analisis

adalah konten yang berkaitan dengan kanker. 3. Peneliti mengunduh

data-data yang telah melewati tahap seleksi dalam bentuk gambar feeds

dan video reels. 4. Peneliti menyusun data dalam sebuah tabel

berdasarkan tanggal dalam periode yang sudah ditentukan. 3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan pusat atau inti dari penelitian. Data asli

tersebut menjadi fokus utama dalam proses analisis dan menjadi subjek

utama dalam penelitian tersebut. Peneliti memperoleh data primer dengan

mengumpulkannya sendiri dari sumber utama untuk mendapatkan jawaban

penelitian. Untuk menjalankan penelitian ini peneliti mengambil data primer

berupa dokumentasi seperti foto, video, dan lain-lain. Data yang

diperlukan dalam penelitian ini adalah seluruh konten yang terdapat pada

akun Instagram @iccc.id pada periode Juli - Desember 2023. 3.4 **13** 2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang digunakan untuk penelitian melalui

perantara dalam bentuk buku, catatan, bukti yang ada, dan data tersebut

dapat didapatkan secara daring maupun secara langsung seperti perpustakaan (Mulya, 2018) .

19 Untuk menjalankan penelitian ini, peneliti mengumpulkan data berupa

buku, studi pustaka, penelitian terdahulu, jurnal, dan berbagai artikel

yang memiliki relevansi dengan penelitian ini serta sudah terbukti ke kredibelnya. 3.5

Metode Pengujian Data Menurut Sugiyono dalam (Pertwi & Rorong, 2023)

uji confirmabilitas merupakan pengujian data yang menghubungkan atau

menyatakan proses penelitian yang telah dilakukan dengan hasil penelitian

yang didapatkan. Pada penelitian ini uji confirmabilitas digunakan untuk

menguji data yang telah didapatkan oleh peneliti dan sebagai alat untuk

menguji objektivitas dari penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode

pengujian data yang menggunakan konsep confirmabilitas bersifat

intersubjektivitas. Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian kualitatif

terdapat proses identifikasi yang dilakukan terhadap beberapa individu

(Abdussamad, 2021). Kemudian hasil identifikasi tersebut terdapat kesesuaian

atau persetujuan terhadap pemahaman, interpretasi dan penafsiran data.

proses dari konfirmasi ini dapat memastikan bahwa hasil penelitian valid dan dapat dipercaya karena adanya persetujuan atas pemahaman yang dibangun secara bersama-sama. Uji konfirmasi yang digunakan pada penelitian ini juga berfungsi untuk memastikan bahwa data yang telah diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara objektif. Pada penelitian ini, sebelum melakukan pengujian data maka peneliti harus menyusun lembar coding. Lembar coding yang telah disusun nantinya akan diisi oleh dua coder. Coder yang pertama adalah peneliti sendiri dan coder kedua merupakan orang yang telah dipilih oleh peneliti. Coder kedua pada penelitian ini adalah Kayla Niken Febria yang sebelumnya telah melakukan penelitian analisis isi kualitatif menggunakan rumus Holsti yang berjudul "Penggambaran Pesan Edukasi Penyakit Tbc Melalui Kampanye di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Kampanye TBC di Akun @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia Periode Februari 2022 - Januari 2023)". Keterampilannya dalam menganalisis konten secara mendalam membuatnya menjadi pilihan yang tepat untuk memperkuat kredibilitas penelitian ini. Dengan keahliannya, Niken Kayla dapat memberikan kontribusi dalam memastikan validitas dan reliabilitas data yang diperlukan untuk penelitian ini. Pada penelitian ini kedua coder akan mengisi lembar coding yang berisikan unit analisis dengan jumlah 70 konten pada akun Instagram @iccc.id dan 80 konten pada akun @yayasankankerid dalam periode Januari – Desember 2023. **6** Guna mengukur reliabilitas antar coder, peneliti akan menghitung menggunakan rumus Holsti pada kedua lembar coding yang telah diisi oleh peneliti dan coder kedua. Dengan menggunakan rumus Holsti pada penelitian ini peneliti juga dapat melihat tingkat kesepakatan atau keselarasan yang tinggi dari hasil coding yang dilakukan oleh kedua coder. Gambar 3.1 Rumus Holsti (Sary, 2016)

Keterangan: CR: Coefficient reliability (reliabilitas antar-coder) M: Jumlah unit coding yang sama atau disetujui oleh kedua coder N1: Jumlah coding yang dihasilkan oleh coder 1 N2: Jumlah coding yang dihasilkan oleh coder 2 Pada penelitian ini, rumus Holsti digunakan untuk menghitung persentase kesamaan hasil coding dari kedua coder menggunakan

data dalam bentuk nominal. Pada rumus holsti sebuah data ditunjukkan reliabilitas jika angka bergerak antara hingga 1. Angka menunjukkan bahwa tidak ada kesempurnaan atau tidak ada data yang disetujui oleh para coder. Angka 1 menunjukkan adanya persetujuan yang sempurna antara para coder. Angka terendah untuk menunjukkan reliabilitas data yang dapat ditoleransi dengan rumus holsti adalah 0,7 atau setara dengan 70% (Sary, 2016) . Jika angka hasil yang didapatkan setara dan melebihi 0,7 atau 70% maka data tersebut dinyatakan reliabilitas dan sebaliknya. Pada rumus holsti reliabilitas akan ditunjukkan pada angka tertinggi. Semakin tinggi angka tersebut maka semakin tinggi pula reliabilitas data yang dimiliki dalam sebuah penelitian.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan salah satu tahapan penting pada penelitian yang melibatkan pengumpulan data secara terstruktur dan sistematis. Tujuan dari metode analisis data adalah menarik kesimpulan secara lebih signifikan dan mendalam dari data yang telah dikumpulkan. Penelitian yang menggunakan paradigma kualitatif pada tahapan penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan mengolah data menjadi berbagai konsep atau kategori yang relevan. Pada proses tersebut data melewati transformasi di mana data diubah dalam berbentuk deskripsi. Proses analisis data juga membantu peneliti dalam merumuskan jawaban dari pertanyaan penelitian yang telah diajukan. Melalui analisis data, peneliti juga dapat menggali pemahaman secara lebih mendalam mengenai hubungan data dengan dimensi-dimensi pada pengemasan pesan.

4 Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis data interaktif yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman. Miles dan Huberman dalam (Saleh, 2017) menyatakan bahwa proses analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan secara saling berhubungan atau interaktif dan berlangsung terus-menerus secara menyeluruh hingga selesai. yang terbagi menjadi tiga proses sebagai berikut (Patricia, 2018):

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pengumpulan dan pengelompokan data. Seluruh data yang diperlukan untuk sebuah penelitian akan dikumpulkan kemudian dikelompokkan sesuai dengan tema atau inti yang ingin diketahui dalam

sebuah penelitian. Data yang telah dikelompokkan akan mempermudah peneliti dalam membaca data dan memilih data yang diperlukan dalam penelitian. Pengelompokan data yang dilakukan akan menjadi catatan peneliti dalam mengetahui hal yang penting dari sebuah data penelitian. Pengelompokan tersebut juga dapat memfokuskan penelitian. Tujuan pada penelitian menjadi petunjuk untuk peneliti dalam proses reduksi data (Saleh, 2017). Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data-data untuk melakukan seleksi dan memfokuskan data pada bagian-bagian yang penting. Langkah ini dilakukan untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang lebih mendetail tentang pengemasan pesan di akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid. **7** **2. Penyajian**

Data Penyajian data merupakan bagian dari metode analisis data yang berisikan sekumpulan data dari beberapa kategori atau kelompok yang tersusun secara sistematis. **3** Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang disusun sehingga memberikan peluang untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan berdasarkan informasi tersebut (Simomara, 2021). Pada proses ini semua data yang sudah disiapkan dapat disimpulkan akan menjawab masalah atau menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Data dalam penelitian ini dapat dipresentasikan dalam berbagai bentuk seperti bagan, deskripsi yang berisi ringkasan, dan analisis hubungan antara kategori. **19** **3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan** Penarikan kesimpulan menjadi metode analisis data terakhir pada penelitian ini. Penarikan kesimpulan merupakan hasil dari analisis data yang sudah terkumpul dengan tujuan menghasilkan pemahaman secara lebih jelas dan mendalam pada seluruh data. Kesimpulan yang dihasilkan sudah dapat diverifikasi pada masa proses penelitian berlangsung. **4** **20**

Kesimpulan pada penelitian kualitatif dapat memberikan jawaban dari rumusan masalah di awal penelitian. Penarikan kesimpulan yang dilakukan diawal hanya bersifat temporer atau sementara. Kondisi ini muncul jika bukti yang diperlukan belum ada pada tahap pengumpulan data berikutnya. Jika data pada tahap pengumpulan selanjutnya memberikan bukti yang stabil dan mendukung kesimpulan awal, maka kesimpulan tersebut akan dianggap valid. **3** **Kesimpulan**

dalam penelitian kualitatif dapat menghasilkan penemuan baru atau penemuan



yang belum terungkap sebelumnya. 9 Temuan baru tersebut dapat berbentuk gambaran mengenai suatu objek yang sebelumnya belum diketahui secara jelas hingga dapat diketahui secara lebih jelas. Temuan baru dalam sebuah penelitian kualitatif dapat bersifat hubungan sebab akibat dan teori jika di diteliti secara mendalam (Sidiq & Choiri, 2019). 3.7 Keterbatasan Penelitian.

22 Terdapat beberapa batasan dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan sebagai berikut: 1. Periode penelitian dibatasi pada Januari 2023 – Desember 2023 2. Konten yang diteliti hanya pada konten yang mengandung pesan edukasi mengenai kanker. 2 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian bab ini, peneliti akan memberikan deskripsi atau gambaran umum mengenai topik dan subjek penelitian yang berkaitan dengan cara pengemasan edukasi. Peneliti juga akan menyertakan jumlah frekuensi unggahan pesan edukasi kanker dari akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid selama periode Januari hingga Desember 2023 secara lebih rinci. Kategori yang akan dianalisis dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pengelompokan data sebagai unit analisis yang terkait atau mencangkup dengan konten pendidikan. Konten yang paling mencerminkan dari setiap kategori akan dipilih untuk mendeskripsikan hasil analisis yang melalui proses interpretasi dengan membaca dan menganalisis isi pesan edukasi, baik dari teks maupun elemen visual yang ditampilkan. Interpretasi akan disusun dan dikembangkan dalam subbab tertentu berdasarkan kategori-kategori dengan tujuan untuk memahami bagaimana informasi mengenai kanker disampaikan oleh kedua akun tersebut. Penggambaran pesan edukasi yang dilakukan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid akan dianalisis berdasarkan kategori tema pesan, bentuk pesan, bentuk konten, dan tanggapan pesan dari audiens atau pengikutnya yang diambil dari kolom komentar. 4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian 4.1

10 1 Akun Instagram @iccc.id Indonesia Cancer Care Community (ICCC) adalah komunitas yang didirikan pada 27 Februari 2010 untuk mendukung warrior, survivor, dan caregiver. Media sosial dimanfaatkan oleh ICCC untuk memberikan berbagai informasi mengenai kanker, event, dan tempat pelayanan untuk kanker. Pada saat ini April 2024 akun @iccc.id sudah memiliki 11

ribu pengikut. Sebelumnya akun iccc.id mengalami peningkatan jumlah pengikut yang signifikan dari 8.361 pada Januari 2023 menjadi 10.695 pada Desember 2023. Pada akun @iccc.id terdapat berbagai konten yang fokus pada informasi penting mengenai kanker. Konten dan pesan informatif pada akun tersebut dikemas dengan desain kreatif untuk menarik perhatian masyarakat. Informasi yang mereka sampaikan melalui akun instagram tersebut berupa data kasus kanker, jenis kanker, gejala, tips, cara pencegahan, dan metode diagnosis. 4.1.2 Akun Instagram @yayasankankerid Yayasan Kanker Indonesia (YKI) merupakan salah satu organisasi non-profit di bidang sosial dan kesehatan yang berfokus pada kasus kanker. 8 Tujuan utama yang

dimiliki oleh Yayasan Kanker Indonesia adalah mengupayakan penanggulangan kanker yang dilakukan melalui kegiatan promotif, preventif, suportif, dan paliatif.

Yayasan Kanker Indonesia didirikan pada 17 April 1977 dan dipimpin oleh Prof. Dr. Soedarto Pringgoutomo, SpPA. YKI memanfaatkan berbagai media sosial salah satunya yaitu Instagram dengan username @yayasankankerid untuk memberikan berbagai informasi mengenai kanker. Akun Instagram @yayasankankerid pada saat ini April 2024 sudah memiliki 18.5 ribu pengikut. @yayasankankerid mengalami pertumbuhan pengikut dari 14.8 ribu pada Januari 2023 menjadi 17.7 ribu pada Desember 2023. Melalui akun Instagram tersebut Yayasan Kanker Indonesia menyampaikan berbagai macam informasi yang terkait dengan jenis-jenis kanker, fakta kanker, gejalanya, cara pencegahan, serta metode diagnosis. 24 4.2 Hasil dan Analisis Penelitian 4.2

1 Frekuensi Postingan Instagram Peneliti akan menganalisis isi pesan edukasi kesehatan mengenai kanker yang diposting oleh akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid selama periode Januari - Desember 2023. Analisis akan dilakukan berdasarkan kategori pesan edukasi kesehatan, mencakup tema pesan, bentuk pesan, bentuk konten, dan tanggapan pesan. Keseluruhan konten pesan edukasi kesehatan kanker pada akun Instagram @iccc.id selama periode Januari hingga Desember 2023 berjumlah 70 postingan. Analisis menunjukkan bahwa frekuensi posting tertinggi pada akun @iccc.id terjadi pada bulan Maret 2023 yaitu sebanyak 13 postinga

n dengan frekuensi sebesar 8.67%. 13 postingan tersebut terdiri dari 1 postingan mengenai kanker serviks dan 12 postingan mengenai kanker pada anak. Secara keseluruhan, konten edukasi kesehatan yang diposting di akun @iccc.id mencapai 46,67% dari total keseluruhan konten yang akan dianalisis. Kemudian frekuensi terbesar pada akun @yayasankankerid terjadi pada bulan September dan Desember 2023. Pada bulan September 2023 @yayasankankerid mempublikasikan 14 postingan yang terdiri dari 7 postingan mengenai kanker ovarium dan 7 postingan mengenai kanker anak. Kemudian pada bulan Desember 2023 @yayasankankerid juga mempublikasikan 14 postingan yang terdiri dari 8 postingan mengenai kanker paru-paru dan 6 postingan mengenai kanker lambung.

2 P 4.2.2 Tema Pesan Peneliti melakukan analisis isi kualitatif pada postingan Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid dengan menggunakan kategori tema pesan.

12 Pesan pada dasarnya adalah produk yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan secara langsung maupun melalui media (Purwasito, 2017). Tema merupakan gagasan atau konsep yang menjalin struktur isi dari suatu cerita (Amorta et al., 2022). Tema pesan merupakan pokok pikiran dari pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara langsung maupun melalui media. Tema pesan yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 6 indikator yang diidentifikasi yaitu jenis kanker, fakta kanker, faktor dan gejala, pencegahan, diagnosis, dan pengobatan. Pertama, jenis kanker merupakan tema pesan yang mencakup informasi secara mendalam tentang berbagai jenis kanker. Pada tema ini akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid fokus menjelaskan definisi dari jenis kanker dan letak organ tubuh yang terserang. Kedua, fakta kanker merupakan tema pesan yang berisikan informasi yang telah diverifikasi serta didukung dengan bukti ilmiah mengenai penyakit kanker. Pada tema ini akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid menyampaikan fakta menggunakan data dalam bentuk grafik atau uraian melalui tulisan saja. Ketiga, faktor dan gejala merupakan tema pesan yang memberikan informasi mengenai faktor pemicu kanker serta gejala yang dialami oleh penderita. Pada akun Instagram @iccc.id dan

REPORT #22131357

@yayasankankerid tema pesan ini disampaikan dengan menyebutkan berbagai faktor pemicu kanker dan gejala yang akan dialami oleh penderita sesuai dengan jenis kanker. Keempat, tema pesan pencegahan merupakan tema pesan yang berisikan informasi seperti saran atau langkah-langkah pencegahan yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk mengurangi resiko kanker. Pada akun @iccc.id tema ini berisikan saran tindakan yang dapat dilakukan masyarakat luas untuk mencegah terkena penyakit kanker. Kelima, diagnosis merupakan tema pesan yang memberikan informasi mengenai proses identifikasi dan penentuan jenis penyakit kanker. Pada akun @iccc.id dan @yayasankankerid tema pesan ini memberitahukan berbagai jenis kanker memiliki proses diagnosis yang berbeda-beda untuk memastikan secara spesifik jenis kanker yang diderita. Keenam, pengobatan merupakan tema pesan yang berisikan berbagai aspek perawatan medis dan pengobatan penyakit. Tema pengobatan pada akun @iccc.id dan @yayasankankerid disampaikan dengan menyebutkan berbagai cara pengobatan yang dapat dilakukan sesuai dengan jenis kanker. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, terdapat perbedaan pada jumlah indikator tema pesan yang paling banyak diposting oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Pada akun @iccc.id tema pesan faktor dan gejala kanker menjadi tema yang paling sering di posting dengan total 24 postingan. Sedangkan pada akun @yayasankankerid tema pesan fakta kanker menjadi yang paling banyak diposting dengan jumlah 21 postingan. Analisis tersebut menunjukkan bahwa akun @icccid berfokus pada penyampaian informasi terkait faktor penyebab dan gejala kanker, sedangkan akun @yayasankankerid berfokus pada pesan edukasi dengan mengangkat tema fakta tentang kanker.

A. Jenis Kanker Jenis kanker merupakan nama kanker yang disesuaikan dengan organ atau jaringan dimana kanker tersebut di terbentuk (ekahospital.com, 2023). Tema pesan jenis kanker pada pengemasan pesan edukasi kesehatan kanker umumnya menjelaskan mengenai berbagai jenis kanker. Tema pesan ini juga memberika informasi mengenai bagian organ tubuh yang dapat terkena kanker sesuai jenis kanker. Peneliti telah melakukan pengkategorian dan perhitungan pada akun @iccc.i

d dan @yayasankankerid selama periode Januari-Desember 2023 dengan tujuan mengetahui jenis kanker yang diposting serta jumlah postingan untuk setiap jenis kanker. Pengkategorian tersebut dilakukan berdasarkan judul besar konten yang menyebutkan organ atau lokasi tempat kanker berkembang, isi pesan yang menjelaskan atau mendeskripsikan sesuatu terkait dengan kanker, serta caption atau keterangan dari konten tersebut. Peneliti mengkaji isi pesan yang menjelaskan atau mendeskripsikan fakta, faktor dan gejala, pencegahan, diagnosis, serta penanganan yang terkait dengan setiap jenis kanker. Hasil pengkategorian dan perhitungan terhadap akun @iccc.id selama periode Januari-Desember 2023 dapat dilihat dari pie chart di atas. @iccc.id melakukan edukasi melalui pesan yang dikemas dalam bentuk konten di media sosial. Selama periode tersebut, @iccc.id memposting atau mengemas pesan edukasi mengenai 9 jenis kanker. Pada akun @iccc.id dari total 70 unit analisis pesan edukasi kanker terdapat jenis kanker otak 7 postingan, kanker kepala leher 7 postingan, kanker kolorektal 5 postingan, kanker serviks 5 postingan, kanker nasofaring 5 postingan, kanker payudara 3 postingan, dan kanker pankreas 2 postingan. Dari data tersebut, terlihat bahwa jumlah postingan mengenai kanker paru-paru menjadi jenis kanker kedua yang paling banyak diposting oleh akun @iccc.id dengan total 12 postingan. Hal ini memperkuat data yang menunjukkan kanker paru-paru merupakan kanker peringkat pertama pada tahun 2023. Hasil pengkategorian dan perhitungan terhadap akun @yayasankankerid selama periode Januari-Desember 2023 dapat dilihat dari pie chart di atas.

@yayasankankerid memposting dan melakukan edukasi melalui pesan yang dikemas dalam bentuk konten di media sosial. Selama periode tersebut @yayasankankerid memposting atau mengemas pesan edukasi mengenai 10 jenis kanker. Pada akun @yayasankankerid dari total 80 unit analisis pesan edukasi kanker terdapat jenis kanker paru-paru memiliki jumlah 9 postingan, kanker anak 9 postingan, kanker serviks 9 postingan, kanker ovarium 8 postingan, kanker testis 8 postingan, kanker hati 7 postingan, kanker otak 7 postingan, kanker leukemia 7 postingan, kanker

lambung 6 postingan, kanker sarkoma 6 postingan, dan postingan umum terdapat 4 postingan. Postingan umum merupakan postingan yang menjelaskan jumlah kasus kanker secara umum di Indonesia, cara pencegahan kanker secara umum yang dapat dilakukan oleh masyarakat, dan fakta-fakta yang terkait dengan kanker secara umum atau tidak ada penjelasan terkait dengan salah satu jenis kanker. Dari data tersebut juga terlihat bahwa jumlah postingan mengenai kanker paru- paru, kanker anak, dan kanker serviks memiliki jumlah yang sama, yaitu 9 postingan, sekaligus menjadi jenis kanker dengan jumlah postingan paling banyak. Hal ini membuktikan bahwa data menunjukkan kanker paru-paru merupakan kanker peringkat pertama pada pria dan kanker serviks atau kanker leher rahim menempati peringkat kedua pada wanita pada tahun 2023. Berikut peneliti sajikan hasil analisis isi pesan edukasi untuk kategori tema pesan dengan indikator jenis kanker: Gambar 4.7 merupakan postingan yang diunggah oleh akun @iccc.id pada tanggal 20 April 2023. Dalam postingannya, @iccc.id berhasil mendapatkan engagement dengan total 455 likes dan 1 komentar. Pesan yang disampaikan dalam konten tersebut adalah pengenalan terhadap jenis kanker kolorektal. Konten tersebut memperkenalkan kanker kolorektal yang juga dikenal sebagai kanker usus besar. Kanker kolorektal adalah jenis kanker yang menyerang jaringan usus besar yang disebut dengan kolon dan bagian terbawah dari usus hingga anus atau dubur yang disebut dengan rectum. Pada konten tersebut @iccc.id juga menampilkan visualisasi yang menggambarkan bagian-bagian dari usus manusia. Berdasarkan gambar di atas konten tersebut sesuai dengan tema pesan jenis kanker dikarenakan isi pesan tersebut menjelaskan jenis kanker serta memberikan informasi mengenai organ tubuh yang terserang kanker. Gambar 4.8 merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada tanggal 29 Maret 2023. Dalam postingan tersebut, @yayasankankerid berhasil mendapatkan engagement dengan total 103 likes dan 3 komentar. Pesan yang disampaikan dalam konten tersebut adalah pengenalan terhadap empat jenis kanker leukemia, yaitu leukemia myeloid akut, leukemia myeloid kronis, leukemia limfositik akut, dan

leukemia limfositik kronis. **1 13** Pertama, leukemia myeloid akut adalah jenis kanker leukemia yang paling umum terjadi pada orang dewasa. **1** Kedua, leukemia myeloid kronis merupakan jenis kanker leukemia yang lebih sering dialami oleh orang dewasa dan terkadang terjadi tanpa adanya gejala. **1 21** Ketiga, leukemia limfositik akut adalah kanker leukemia yang paling umum dialami oleh anak-anak. **1** Keempat, leukemia limfositik kronis adalah jenis kanker leukemia yang umumnya terjadi pada orang dewasa. Berdasarkan gambar di atas, konten tersebut sesuai dengan tema pesan tentang jenis kanker. Isi pesan tersebut menjelaskan empat jenis kanker leukemia serta memberikan informasi secara singkat mengenai keempat jenis kanker leukemia tersebut. B. Fakta Kanker Menurut Suyono dalam (Lestari et al., 2019) fakta adalah sesuatu yang apa adanya atau gambaran dari keadaan atau peristiwa yang terdiri dari beberapa jenis seperti fakta benda, fakta peristiwa, fakta jumlah, fakta waktu, dan fakta faktor penyebab. Tema pesan fakta kanker merupakan bagian dari pesan edukasi kesehatan mengenai kanker yang berisikan informasi penting bagi para audiens atau pengikutnya. Pesan ini mengandung fakta mengenai kondisi kasus kanker di Indonesia dan informasi yang diberikan menggunakan data yang disajikan dalam bentuk grafik, tabel, atau uraian. Penyajian data secara akurat dalam bentuk grafik dan tabel membuat data lebih dipahami oleh masyarakat luas terutama masyarakat yang tidak memiliki latar belakang medis. Berikut peneliti sajikan hasil analisis isi pesan edukasi untuk kategori tema pesan dengan indikator fakta kanker: Gambar 4.9 merupakan konten yang diunggah oleh akun @iccc.id pada 21 Agustus 2023. Pada postingan tersebut @iccc.id mendapatkan engagement sebanyak 389 likes dengan 0 komentar. Pesan pada konten ini berisi informasi yang menyatakan bahwa kanker paru-paru menempati urutan ke-3 sebagai kasus kanker terbanyak di Indonesia dan pada pria kanker paru-paru menempati urutan pertama. Pada konten tersebut @iccc.id menyampaikan informasi dengan mengambil data dan menyertakan sumber data tersebut. Pada konten tersebut @iccc.id menampilkan data urutan empat jenis kanker yang paling banyak diderita oleh masyarakat Indonesia yang

diperoleh dari Global Cancer Statistic (GLOBOCAN) pada tahun 2020. Data tersebut menyatakan empat jenis kanker terbanyak di Indonesia, angka kasus kanker meliputi 65.858 untuk kanker payudara, 36.633 untuk kanker serviks, 34.783 untuk kanker paru-paru, serta 21.392 untuk kanker liver. Berdasarkan gambar di atas konten tersebut termasuk kedalam tema pesan fakta kanker. Isi pesan pada konten di atas memberitahukan fakta jumlah dan fakta peristiwa kasus kanker di Indonesia menggunakan data dari GLOBOCAN tahun 2020 yang menyatakan bahwa kanker paru berada di urutan ke-3 sebagai jenis kanker yang paling banyak diderita oleh masyarakat Indonesia. Gambar 4.10 merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada tanggal 27 April 2023 dan terdiri dari empat slide. Pada postingan tersebut, akun @yayasankankerid berhasil mendapatkan engagement dengan total 115 likes dan 2 komentar. Konten tersebut memberikan informasi bahwa pada kanker serviks telah ditemukan sebanyak 1.479 kasus baru. Pada konten tersebut, @yayasankankerid juga memberitahukan bahwa kanker testis merupakan kondisi medis yang disebabkan oleh pertumbuhan tumor ganas di testis atau buah zakar dan biasanya ditemukan pada salah satu atau kedua testis. Kemudian, pada slide terakhir postingan tersebut terdapat informasi yang berisikan 1.479 kasus baru, 430 kematian, dan prevalensi kasus kanker testis sebesar 3,79 per 100.000 penduduk. Berdasarkan gambar postingan di atas, dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut termasuk tema pesan fakta kanker dikarenakan konten tersebut berisikan pesan yang menjelaskan fakta mengenai kanker testis serta informasi yang diberikan mencantumkan sumber pada bagian caption. C. Faktor dan Gejala Faktor adalah kondisi yang menyebabkan atau mempengaruhi munculnya keinginan atau minat, baik dari faktor internal dalam diri individu maupun faktor eksternal seperti keluarga, lingkungan, dan komunitas (Hidayati, 2021). Gejala adalah kejadian tidak biasa yang menandakan seseorang mungkin mengalami atau mengidap penyakit tertentu dan harus diperhatikan (Telemed.ihc.id, 2021). Tema pesan faktor dan gejala menyajikan informasi mengenai berbagai faktor penyebab kanker yang meliputi faktor

lingkungan, gaya hidup, dan kondisi medis tertentu. Tema pesan faktor dan gejala juga menyajikan gejala yang dialami oleh penderita kanker sesuai dengan jenis kanker yang dideritanya. **18** Konten ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pencegahan dan deteksi dini kanker. Melalui konten tersebut, masyarakat dapat mengetahui dan memahami faktor serta gejala kanker. Informasi dari konten yang mengandung tema pesan faktor dan gejala ini diharapkan dapat membantu menurunkan angka kasus kanker di Indonesia. Berikut peneliti sajikan hasil analisis isi pesan edukasi untuk kategori tema pesan indikator faktor dan gejala: Postingan di atas diunggah oleh akun @iccc.id pada tanggal 16 Januari 2023. Pada konten tersebut, @iccc.id memperoleh sebanyak 518 likes dan 9 komentar. Konten ini menyajikan informasi mengenai gejala umum yang dialami oleh penderita kanker pankreas. Gejala yang dialami oleh penderita kanker pankreas yang disebutkan dalam konten tersebut meliputi sakit perut, anoreksia, mual, penurunan berat badan, tromboplebitis, badan menjadi kuning, dan terjadinya pembesaran kantung empedu. Berdasarkan gambar konten di atas, dapat disimpulkan bahwa konten tersebut termasuk tema pesan faktor dan gejala kanker dikarenakan konten di atas berisikan gejala umum yang dialami oleh penderita kanker pankreas. Gambar di atas merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada tanggal 21 September 2023. Pada postingan tersebut, akun @yayasankankerid berhasil mendapatkan engagement dengan total 93 likes dan 1 komentar. Pesan yang disampaikan dalam konten tersebut adalah tanda dan gejala awal secara umum pada penderita kanker anak. @yayasankankerid juga menyebutkan 8 tanda dan gejala awal yang dialami oleh penderita kanker anak secara umum. Pertama, perut yang membuncit. Kedua, nyeri pada tangan, kaku tulang, dan bengkok tanpa ada riwayat trauma maupun infeksi. Ketiga, sakit kepala yang menetap. Keempat, pucat, pendarahan, dan kulit kebiruan. Kelima, demam tanpa adanya sebab yang jelas. Keenam, batuk yang menetap. Ketujuh, berkeringat saat malam hari. Kedelapan, terlihat benjolan atau pembengkakan yang tidak nyeri tanpa sebab yang jelas. Berdasarkan

gambar postingan di atas, dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut termasuk dalam kategori tema pesan faktor dan gejala dikarenakan konten tersebut menyebutkan gejala umum yang dialami oleh para penderita kanker anak. 14 D.

Pencegahan Pencegahan adalah upaya individu untuk mencegah terjadinya sesuatu atau kejadian yang tidak diinginkan (Firman, 2022). Tema pesan pencegahan merupakan bagian dari pesan edukasi kesehatan mengenai kanker yang berisi informasi penting bagi masyarakat Indonesia. Pesan ini akan menjelaskan pencegahan kanker melalui perubahan gaya hidup, pengelolaan lingkungan, vaksinasi, pemeriksaan atau skrining, dan langkah-langkah lainnya. Tujuan utama konten pencegahan kanker adalah meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengambil tindakan pencegahan guna mengurangi risiko terkena kanker. Selain itu, tema pesan ini bertujuan memberdayakan individu agar dapat membuat keputusan yang lebih sehat dalam kehidupan sehari-hari serta mengadopsi kebiasaan yang mendukung pencegahan kanker. Berikut ini adalah hasil analisis isi pesan edukasi yang disajikan oleh peneliti untuk kategori tema indikator pencegahan. Postingan di atas diunggah oleh akun @iccc.id pada 20 Februari 2023. Dalam postingan tersebut, @iccc.id mendapatkan 383 likes dan 5 komentar. Pesan pada konten tersebut berisi informasi mengenai pencegahan kanker rahim. @iccc.id menyebutkan lima cara yang dapat dilakukan untuk mencegah kanker rahim, yaitu tidak berganti-ganti pasangan, tidak melakukan hubungan seksual pada usia dini (kurang dari 20 tahun), melakukan vaksinasi HPV, menghindari paparan asap rokok baik sebagai perokok aktif maupun pasif, dan menindaklanjuti hasil pemeriksaan IVA/Pap smear yang menunjukkan hasil positif. Berdasarkan gambar postingan di atas, dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut termasuk dalam kategori tema pesan pencegahan dikarenakan konten tersebut menyebutkan 5 cara untuk mencegah kanker rahim. Tema pesan tersebut termasuk ke dalam pesan edukasi kesehatan kanker dikarenakan dengan adanya tema ini dapat membantu dalam meminimalisir angka kasus kanker rahim. Gambar 4.14 merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada tanggal 22 Januari 2023. Dari postingan tersebut akun @yayasankankerid

berhasil mendapatkan 101 likes dan 1 komentar. Pesan yang disampaikan dalam konten tersebut adalah dua cara mudah yang dapat dilakukan sejak dini untuk mencegah kanker serviks. Selain menyebutkan dua cara tersebut, @yayasankankerid juga memberitahukan persyaratan yang harus dipenuhi oleh masyarakat sebelum melakukannya. Cara pertama yang diberitahukan dalam konten tersebut adalah vaksinasi HPV dengan tujuan dapat mencegah infeksi serviks dari human papillomavirus (HPV) dengan syarat dapat dilakukan kapan saja termasuk saat haid, dengan rentang usia 25-65 tahun. Cara kedua adalah melakukan pemeriksaan pap smear berkala untuk mendeteksi ada atau tidaknya sel kanker pada serviks di meja periksa ginekologi. Syarat untuk melakukan pap smear adalah tidak dilakukan saat haid, rentang usia 21-65 tahun, sudah pernah melakukan hubungan seksual, dan tidak melakukan hubungan seksual 2 hari sebelum pemeriksaan. Berdasarkan gambar postingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut termasuk dalam kategori tema pesan pencegahan karena konten tersebut menyebutkan dua cara yang dapat dilakukan sejak dini untuk mencegah kanker serviks.

E. Diagnosis Diagnosis adalah suatu bentuk usaha untuk menegakkan, mengetahui, dan mengidentifikasi mengenai suatu jenis penyakit atau masalah kesehatan yang di derita atau dialami oleh seseorang pasien atau penderita (Permana & Sumaryana, 2018). Tema pesan diagnosis merupakan bagian dari pesan edukasi kesehatan mengenai kanker yang menyampaikan informasi penting kepada masyarakat luas. Pesan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang proses diagnosis, teknologi yang digunakan dalam proses diagnosis, cara melakukan deteksi dini atau mandiri, dan jenis diagnosis yang sesuai dengan jenis kanker. Diagnosis yang akurat akan membantu dalam tim medis dalam mengidentifikasi jenis kanker, menentukan stadium penyakit, dan memperkirakan proses perkembangan kanker dalam tubuh. Melakukan diagnosis yang tepat juga dapat membantu pasien dan tim medis dapat merencanakan perawatan yang sesuai dan tepat waktu. Berikut ini adalah hasil analisis isi pesan edukasi yang disajikan oleh peneliti untuk kategori tema indikator diagnosis: Postingan di atas

diunggah oleh akun @iccc.id pada 25 Juli 2023. Dalam postingan tersebut, @iccc.id mendapatkan 492 likes dan 10 komentar. Pesan pada konten tersebut berisi informasi mengenai cara mengetahui penyakit kanker kepala leher. Melalui konten tersebut akun @iccc.id menyampaikan lima cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui sekaligus memastikan bahwa pasien mengidap kanker kepala leher. Lima diagnosis terdiri dari deteksi gejala dan tanda di kepala dan leher, pemeriksaan kelenjar getah bening atau benjolan di kepala dan leher, pemeriksaan radiologi (CT Scan, MRI, Rontgen dada), pemeriksaan laboratorium, dan biopsi pada area primer. Berdasarkan gambar postingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut termasuk dalam kategori tema pesan diagnosis dikarenakan menyebutkan lima diagnosis tersebut menyebutkan dua cara yang dapat dilakukan sejak dini untuk mencegah kanker serviks. **23** Postingan tersebut diunggah oleh akun @yayasankankerid pada tanggal 23 September 2023. Dalam postingan tersebut @yayasankankerid mendapatkan 26 likes dan 0 komentar. Pesan dalam konten tersebut berisi informasi mengenai metode yang dapat dilakukan untuk mendiagnosis kanker pada anak. Berdasarkan informasi yang terdapat dalam postingan tersebut, pemeriksaan yang dapat dilakukan untuk mendiagnosis kanker anak meliputi tes darah tepi lengkap, sampel sumsum tulang, sampel cairan tulang belakang, biopsi tumor, dan pemindaian. @yayasankankerid juga menyebutkan jenis pemindaian yang dapat dilakukan untuk mendiagnosis kanker anak, yaitu ultrasonografi (USG), pemindaian tomografi komputer (CT atau CAT scan), pencitraan resonansi magnetik (MRI), dan pemindaian tomografi emisi positron (PET) atau PET-CT. Berdasarkan postingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten ini termasuk dalam kategori tema pesan diagnosis. Hal ini disebabkan oleh informasi yang disampaikan berbagai cara untuk mendiagnosis kanker pada anak. Penjelasan yang rinci dan informatif ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran orang tua dan masyarakat mengenai pentingnya deteksi dini kanker pada. F. Pengobatan. Pengobatan adalah tindakan nyata dokter berdasarkan pengetahuan dan keputusan ilmiah serta keterampilan intervensi pengobatan untuk memberikan

manfaat maksimal dan meminimalkan risiko bagi pasien (Bonga, 2017). Tema pesan pengobatan termasuk dalam pesan edukasi kesehatan mengenai kanker yang berisi informasi penting bagi masyarakat luas, terutama bagi penderita kanker.

5 Konten yang mengandung tema pengobatan akan memberikan informasi terkait dengan jenis pengobatan kanker sesuai dengan riwayat penyakit, stadium, lokasi kanker, jenis kanker, dan kondisi pasien. Pesan yang berisi informasi tentang pengobatan dapat membantu penderita dan keluarganya untuk memahami pilihan pengobatan yang tersedia, potensi efek samping, dan strategi manajemen pengobatan yang tepat. Berikut ini adalah hasil analisis isi pesan edukasi yang disajikan oleh peneliti untuk kategori tema indikator pengobatan: Postingan di atas merupakan konten yang diunggah oleh akun @iccc.id pada tanggal 15 Agustus 2023. Dalam postingan tersebut, akun @iccc.id memperoleh 393 likes dan 3 komentar. Pesan yang disampaikan dalam konten tersebut berisi informasi mengenai empat metode pengobatan untuk penderita kanker nasofaring. Keempat metode pengobatan yang disebutkan dalam konten tersebut adalah radioterapi, kemoterapi, operasi, dan imunoterapi. Berdasarkan gambar postingan di atas dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut termasuk dalam kategori tema pesan pengobatan dikarenakan konten tersebut menyebutkan empat cara yang dapat dilakukan untuk mengobati kanker nasofaring. Gambar di atas merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada tanggal 9 Juni 2023. Pada postingan tersebut akun @yayasankankerid berhasil mendapatkan 66 likes dan 1 komentar. Pesan yang disampaikan dalam konten tersebut adalah empat cara pengobatan yang dapat dilakukan oleh para penderita kanker otak. Selain itu, @yayasankankerid juga memberitahukan peluang kesembuhan untuk para penderita kanker otak dan tujuan dari jenis pengobatan yang dilakukan. Pada slide kedua, @yayasankankerid memberikan informasi bahwa peluang kesembuhan penderita kanker otak dipengaruhi oleh jenis tumor, stadium, usia, lokasi tumor, dan persebaran sel kanker ke berbagai organ. Pengobatan pertama dari isi pesan postingan tersebut adalah melakukan operasi yang bertujuan untuk mengangkat tumor ganas di otak

secara sebagian atau keseluruhan tanpa mempengaruhi fungsi otak. Kedua, radioterapi dapat dilakukan dengan menggunakan sinar radiasi untuk meredakan gejala atau membunuh sisa sel kanker sebelum atau sesudah operasi. 16 Ketiga, kemoterapi yang dilakukan dengan memberikan obat untuk membunuh sel kanker dan meredakan gejala. Keempat, Perawatan paliatif dirancang untuk meningkatkan kualitas hidup pasien dengan mengurangi dan meredakan gejala, rasa nyeri, dan memperhatikan aspek psikologis pasien serta keluarganya. Berdasarkan gambar postingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut termasuk dalam kategori tema pesan pengobatan karena pesan yang terdapat pada postingan tersebut menyebutkan empat cara pengobatan untuk penderita kanker otak.

4.2.2 Bentuk Pesan Penelitian ini akan melakukan analisis bentuk pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid. Penelitian ini menganalisis bentuk pesan pada konten berdasarkan kategori bentuk pesan yang terdiri dari tiga indikator: informatif, persuasif, dan koersif. Bentuk pesan yang pertama adalah informatif, yaitu pesan yang menyajikan informasi penting yang didasarkan pada data dan fakta. Pesan informatif memungkinkan audiens untuk menarik kesimpulan dan membuat keputusan sendiri berdasarkan informasi yang disampaikan. Bentuk pesan yang kedua adalah persuasif, yaitu pesan yang disusun dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mengajak audiens mengubah sikap atau perilaku. Pesan persuasif tidak memaksa komunikannya untuk mengikuti isi pesan tersebut, melainkan mendorong perubahan melalui argumen yang meyakinkan. Bentuk pesan yang ketiga adalah koersif, yaitu pesan yang mengandung unsur pemaksaan, intimidasi, dan ancaman untuk mencapai tujuan tertentu. Setelah mengklasifikasikan konten berdasarkan bentuk pesan dari setiap unit analisis, berikut hasil pengelompokan dan jumlah konten yang telah dilakukan: Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, terdapat perbedaan pada jumlah indikator kategori bentuk pesan yang diposting oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Pada akun @iccc.id, indikator bentuk pesan yang paling sering diposting adalah informatif dengan total 64 postingan. Kemudian urutan kedua bentuk pesan yang

paling sering di posting pada akun @iccc.id adalah bentuk pesan persuasif dengan total 5 postingan. Pada akun @yayasankankerid, indikator bentuk pesan dengan jumlah postingan terbanyak adalah informatif dengan jumlah 65 postingan. Indikator bentuk pesan persuasif berada di urutan kedua pada akun @yayasankankerid dengan total 11 postingan. Sedangkan indikator koersif tidak ditemukan di kedua akun, baik @iccc.id maupun @yayasankankerid. Analisis tersebut menunjukkan bahwa bentuk pesan informatif mendominasi di kedua akun. Hasil analisis tersebut juga mengungkapkan bahwa @yayasankankerid memiliki jumlah postingan bentuk pesan informatif dan persuasif lebih banyak dibandingkan dengan akun @iccc.id.

A. Informatif Bentuk pesan informatif merupakan pesan yang mengandung informasi penting berdasarkan data dan fakta (Adinata & Destiwat, 2017). Bentuk pesan informatif termasuk dalam pengemasan pesan edukasi kesehatan mengenai kanker yang bertujuan untuk memberikan informasi secara jelas dan objektif. Informasi disampaikan dengan jelas, mudah dipahami, dan disusun secara terstruktur. Selain itu, informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau audiens serta mencantumkan sumber informasi yang relevan. Pesan ini mencakup informasi tentang gejala penyakit, faktor risiko, pencegahan, dan metode perawatan. Tujuannya adalah membantu masyarakat membuat keputusan yang tepat tentang kesehatan mereka dengan berdasarkan pada fakta dan data yang ada. Sifat informatif ini memungkinkan audiens untuk mencerna pesan tersebut, menarik kesimpulan, dan membuat keputusan sendiri berdasarkan informasi yang disampaikan. Berikut, peneliti menyajikan analisis untuk bentuk pesan informatif yang dijadikan unit analisis dalam penelitian ini. Gambar di atas merupakan postingan akun Instagram @iccc.id pada tanggal 28 November 2023 yang terdiri dari lima slide. Dalam postingan tersebut, akun @iccc.id menyampaikan informasi mengenai salah satu faktor penyebab kanker paru-paru yaitu merokok, dan postingan tersebut berhasil mendapatkan total engagement dengan 505 likes dan 17 komentar. Pesan yang disampaikan pada slide pertama dalam postingan tersebut adalah bahwa rokok menjadi salah satu

faktor risiko utama terkena kanker paru-paru dan kanker paru-paru menjadi penyakit mematikan di seluruh dunia. Pada slide kedua, dijelaskan zat-zat yang terkandung dalam rokok yaitu polonium-210, nikotin, karbondioksida (CO₂), tar, benzopiren, zat adiktif, dan amonia. Slide pertama dan kedua tersebut memiliki bentuk pesan informatif karena informasi yang dijelaskan dapat memberikan pengetahuan kepada audiens, menggunakan bahasa yang jelas sehingga mudah dipahami, dan informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Pada slide ketiga, dijelaskan mengenai zat nikotin dan tar yang terkandung dalam rokok. Dijelaskan bahwa zat nikotin termasuk dalam senyawa adiktif yang dapat membuat perokok sulit berhenti atau kecanduan dan tar merupakan campuran zat yang terbentuk selama proses pembakaran rokok yang mengandung zat karsinogenik yang dapat merusak DNA dalam sel paru-paru dan memicu kanker. Pada slide keempat, dijelaskan mengenai karbondioksida (CO₂) dan polonium-210 yang terkandung dalam rokok. Dijelaskan bahwa karbondioksida (CO₂) yang dihasilkan oleh rokok dapat menggantikan oksigen dalam darah yang dapat menyebabkan kerusakan jangka panjang berupa inflamasi dan polonium-210 yang merupakan unsur radioaktif yang dapat melepaskan radiasi alfa kemudian merusak sel-sel paru serta meningkatkan risiko perkembangan kanker. Kemudian pada slide kelima, dijelaskan mengenai zat aditif yang terkandung dalam rokok dengan tujuan meningkatkan rasa dan aroma rokok, namun menyebabkan peningkatan risiko kanker paru-paru. Berdasarkan penjelasan tersebut, pesan yang terdapat pada postingan tersebut termasuk dalam bentuk pesan informatif. Bentuk pesan informatif dalam postingan tersebut bertujuan untuk memberikan wawasan dan meningkatkan kesadaran tentang bahaya zat-zat yang terkandung dalam rokok, serta memberikan pemahaman yang lebih baik kepada audiens tentang efek merokok pada risiko kesehatan paru-paru.

15 Gambar di atas merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada tanggal 20 Januari 2023 dan terdiri dari empat slide. Pada postingan tersebut, akun @yayasankankerid berhasil mendapatkan engagement dengan total 239 likes dan 1/2 komentar. Pesan yang disampaikan pada slide pertama

REPORT #22131357

dalam postingan tersebut adalah kanker serviks menjadi jenis kanker kedua yang paling sering menyerang wanita setelah kanker payudara. Pesan tersebut termasuk dalam bentuk pesan informatif dikarenakan dapat membantu audiens atau masyarakat luas untuk mengetahui masalah yang sedang dihadapi oleh wanita Indonesia adalah tingginya angka kasus kanker serviks. Pesan pada slide kedua termasuk dalam bentuk pesan informatif karena menyebutkan kanker serviks yang dikenal sebagai "silent killer" dan menjelaskan bahwa kanker serviks sering kali tidak menunjukkan gejala sampai mencapai stadium lanjut. Informasi ini penting untuk dipahami dan berfungsi sebagai peringatan bagi audiens agar lebih waspada terhadap kesehatan reproduksi mereka. Isi pesan pada slide ketiga dan keempat menjelaskan bahwa kanker serviks akan berkembang seiring berjalannya waktu, sehingga deteksi dini menjadi sangat penting untuk mengetahui kondisi sel kanker serviks. Pesan pada slide ketiga dan keempat termasuk dalam bentuk pesan informatif karena membantu audiens memahami bahwa kanker serviks akan terus berkembang dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan dengan melakukan deteksi dini. Berdasarkan penjelasan tersebut, pesan yang terdapat pada postingan ini termasuk dalam bentuk pesan informatif.

B. Persuasif

Bentuk pesan persuasif adalah pesan yang dikemas dengan tujuan untuk membangun kesadaran dan mengajak komunikasi untuk merubah sikap (Adinata & Destiwat, 2017). Bentuk pesan persuasif dirancang untuk mempengaruhi sikap, pandangan, atau tindakan penerima pesan serta mengajak komunikasi untuk mengubah sikap. Dalam konteks kesehatan, pesan persuasif sering digunakan untuk mendorong masyarakat mengambil langkah-langkah pencegahan atau melakukan tindakan yang dapat meningkatkan kesehatan mereka. Pesan persuasif berusaha memotivasi audiens agar benar-benar melakukannya melalui pendekatan emosional dan logis. Pesan persuasif dapat digunakan untuk mendorong individu agar melakukan pemeriksaan rutin, mengikuti saran medis, atau mengadopsi gaya hidup sehat yang dapat mengurangi risiko penyakit. Gambar di atas merupakan postingan akun Instagram @iccc.id pada tanggal 16 Maret 2023 dan memiliki 349 suka serta 1 komentar. Pesan yang disampaikan pada

REPORT #22131357

postingan tersebut adalah mengenai gejala kanker neuroblastoma yang terjadi pada anak. Gejala yang disebutkan pada postingan tersebut meliputi pendarahan pada mata, nyeri tulang, pembengkakan di leher, penurunan kelopak mata, gangguan fungsi kandung kemih, kontraksi pupil mata, mata kering, dan diare. Postingan di atas termasuk dalam bentuk pesan persuasif karena pada keterangan tersebut terdapat kalimat "Setelah membaca gejala Osteosarkoma, yuk pelajari lagi jenis kanker lain yang dapat terjadi pada anak. Neuroblastoma yaitu tumor embrional dari sistem saraf simpatis yang berasal dari cikal bakal jaringan saraf". Kalimat tersebut mengajak pembaca atau audiens untuk melakukan tindakan lebih lanjut dengan mempelajari gejala kanker lain yang terjadi pada anak setelah mempelajari gejala kanker Osteosarkoma. Kalimat "Neuroblastoma yaitu tumor embrional dari sistem saraf simpatis yang berasal dari cikal bakal jaringan sara" juga mengajak audiens untuk tidak hanya mempelajari gejala dari kanker neuroblastoma saja, tetapi juga memahami penjelasan mengenai jenis kankernya, pencegahan, dan pengobatan dari kanker neuroblastoma. Gambar di atas merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada tanggal 22 Februari 2023 dan memiliki 85 likes serta komentar. Pesan yang disampaikan pada postingan tersebut adalah upaya untuk mencegah kanker dengan cara CERDIK. **11** CERDIK merupakan singkatan dari Cek kesehatan secara rutin, Enyahkan asap rokok, Rajin beraktivitas fisik, Diet yang seimbang, Istirahat cukup, dan Kelola stres. Postingan di atas termasuk dalam bentuk pesan persuasif karena pada caption tersebut terdapat kalimat "Masih dalam rangka memperingati hari kanker sedunia, mimin mau berbagi tips sehat nih Sahabat YKI. Selalu ingat cara CERDIK dalam gambar untuk melawan kanker ya. Ini merupakan salah satu upaya yang bisa kita lakukan bersama untuk mencegah penyakit kanker yang semakin hari penderitanya semakin banyak. Yuk bersama melawan kanker, jangan lupa bagikan info ini ke semua orang yang kita sayangi agar terhindar dari kanker sedini mungkin ya". Pada kalimat "Yuk bersama melawan kanker, jangan lupa bagikan info ini ke semua orang yang kita sayangi agar terhindar dari kanker sedini mungkin ya. Menggambarkan bahwa @yayasankankerid

mengajak pembaca untuk bertindak melawan kanker sesuai dengan yang dianjurkan dalam foto atau gambar yang ditampilkan dan mengajak untuk membagikan informasi tersebut kepada orang-orang yang disayangi. C. Koersif Bentuk pesan koersif merupakan pesan yang mengandung pemaksaan, adanya intimidasi, dan ancaman untuk mencapai tujuan tertentu (Adinata & Destiwat, 2017). Bentuk pesan koersif merupakan bentuk pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi atau mengendalikan perilaku audiens melalui tekanan atau paksaan. Pesan koersif seringkali menggunakan strategi seperti ancaman, ketakutan, atau tekanan sosial untuk mendorong audiens mengambil tindakan tertentu. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid tidak menggunakan bentuk pesan koersif dalam menyampaikan informasi. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa @iccc.id dan @yayasankankerid memberikan pesan dalam bentuk informatif dan persuasif saja membuat audiens kedua akun tersebut mencerna pesan, menarik kesimpulan, dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang disampaikan tanpa adanya tekanan atau paksaan.

4.2.3 Bentuk Konten

Konten media merupakan berbagai bentuk konten yang ada dalam suatu media seperti foto, video, audio, forum, blog, dan berbagai bentuk konten lainnya yang dipublikasikan melalui media yang menggunakan teknologi atau media online oleh para penggunanya (Aji et al., 2022). Penelitian ini akan melakukan analisis bentuk konten yang digunakan untuk menyampaikan pesan oleh akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid, yang dikaji dalam tiga indikator yaitu gambar, video, dan multiple feed. Bentuk konten gambar menampilkan hanya satu foto, infografik, atau hasil kreativitas digital. Bentuk konten video merupakan jenis konten yang dapat menyampaikan pesan dengan gabungan visual dan audio. Bentuk konten multiple feed mempublikasikan hingga 10 gambar dalam sekali posting. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, terdapat perbedaan pada jumlah indikator kategori bentuk konten yang paling banyak diposting oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid. Pada akun @iccc.id, indikator bentuk konten yang paling sering diposting adalah gambar dengan total 57 postingan,

sedangkan pada akun @yayasankankerid indikator ini hanya sebanyak 27 postingan. Sebaliknya, pada akun @yayasankankerid, indikator bentuk konten yang paling banyak di posting adalah multiple feed dengan jumlah 53 postingan, sedangkan pada akun @iccc.id hanya sebanyak 13 postingan. Indikator video tidak ditemukan di kedua akun, baik @iccc.id maupun @yayasankankerid. Analisis ini menunjukkan bahwa @iccc.id lebih banyak menggunakan bentuk konten gambar, sementara @yayasankankerid lebih sering menggunakan bentuk konten multiple feed. Kedua akun tidak menggunakan indikator bentuk konten video dalam postingannya, menunjukkan kesamaan dalam hal tidak adanya penggunaan video sebagai bentuk konten. A.

Gambar Gambar atau Single post adalah istilah dalam konteks media sosial atau platform blogging yang merujuk pada kiriman tunggal yang dipublikasikan oleh seorang pengguna (Salsabila, 2023). Bentuk konten gambar adalah jenis konten yang menyajikan informasi dalam bentuk foto, infografik, atau hasil kreativitas digital lainnya. Pada media Instagram konten gambar dipublikasikan dengan satu gambar atau satu slide saja. Postingan gambar ini juga muncul di feed Instagram yang terdiri dari satu slide. Konten gambar ini dapat menyampaikan berbagai informasi mengenai kanker secara fokus, padat, dan jelas dalam satu konten. Visual yang menarik dan pesan yang mengandung informasi penting menjadikan bentuk konten gambar dapat membantu masyarakat memahami penyakit kanker secara singkat dan padat. Gambar 4.19 merupakan unggahan dari akun Instagram @iccc.id pada tanggal 8 Mei 2023. Unggahan tersebut berisi informasi mengenai faktor risiko kanker kolorektal yang dapat diubah oleh masyarakat. @iccc.id merilis satu konten dalam satu kali postingan yang memaparkan 8 faktor risiko kanker kolorektal yang dapat diatasi dengan mengubah gaya hidup masyarakat Delapan faktor risiko kanker kolorektal yang dapat diubah yang disebutkan dalam konten tersebut adalah konsumsi daging berlebih, diet tidak seimbang dan kurang sehat, kurang aktivitas fisik, konsumsi alkohol secara berlebihan, obesitas, konsumsi rokok dan paparan asap rokok, diabetes melitus tipe 2, dan menderita

penyakit gangguan pencernaan berulang. Konten ini termasuk dalam kategori gambar, yang ditandai dengan unggahan tersebut tidak terdapat pilihan untuk menggeser atau melihat konten lainnya yang menandakan bahwa postingan tersebut terdiri dari satu konten saja. Gambar diatas adalah postingan dari akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada tanggal 17 Juli 2023. Postingan tersebut berisi informasi mengenai kanker sarkoma, jenis kanker yang berasal dari jaringan ikat penunjang tubuh seperti tulang, otot, dan saraf.

10 Konten ini termasuk dalam kategori bentuk konten gambar, yang ditandai dengan postingan tersebut hanya terdiri dari satu slide atau tidak dapat digeser untuk melihat gambar lainnya. B. Video Video merupakan media elektronik yang menyatukan teknologi visual dan audio menjadi suatu tayangan dinamis dan menarik (Yudianto, 2017). Bentuk konten video merupakan bentuk penyajian pesan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi melalui format video. Konten video seringkali menggunakan strategi visual dan audio untuk menarik perhatian dan mempengaruhi audiens. Berbagai bentuk konten video yang memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti video feeds dan reels untuk menyampaikan pesan edukasi kesehatan kanker. Dengan menggunakan format video, akun tersebut dapat menarik perhatian audiens, memberikan informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga audiens dapat mencerna pesan, menarik kesimpulan, dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang disampaikan. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid tidak menggunakan bentuk konten video dalam menyampaikan informasi edukasi kesehatan kanker. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa @iccc.id dan @yayasankankerid lebih memilih format lain untuk menyampaikan pesan mereka. C. Multiple Feed Instagram juga memiliki fitur multiple feed atau multiple post dimana penyebaran informasi dalam bentuk visual yang saling terhubung dari satu halaman ke halaman selanjutnya (Putra & Astina, 2019). Bentuk konten multiple feed ini dikenal juga dengan carousel dimana bentuk konten yang dapat digunakan oleh para pengguna Instagram dapat mempublikasikan 10 jumlah gambar atau video dalam sekali

posting (Kusuma et al., 2023). Multiple feed dikenal juga dengan istilah carousel pada media sosial Instagram. **4 23** Multiple feed adalah fitur yang disediakan oleh platform tersebut untuk memungkinkan pengguna mengunggah beberapa gambar atau video dalam satu kali postingan. **29** Fitur ini memungkinkan audiens untuk menggeser dari satu gambar atau video ke gambar atau video berikutnya dalam satu postingan yang sama. Selain itu, Instagram juga menyediakan fitur multiple post agar pengguna dapat mempublikasikan hingga 10 gambar atau video dalam satu postingan. Bentuk konten ini sering digunakan untuk menyampaikan pesan dengan jumlah yang lebih banyak, sehingga komunikatif dapat melihat pesan-pesan lainnya pada slide berikutnya. Gambar 4.21 merupakan postingan akun Instagram @iccc.id pada 4 Desember 2023 yang terdiri dari tiga slide atau konten. Postingan tersebut memberikan informasi kepada audiens mengenai tanda-tanda kanker paru-paru. Pesan yang terdapat pada slide pertama adalah batuk yang berlangsung lama dan sesak napas yang menjadi bagian dari tanda-tanda kanker paru-paru. Slide kedua berisikan lanjutan dari tanda-tanda kanker paru-paru dari slide sebelumnya, yaitu nyeri di dada dan sputum darah (dahak berdarah). Pada slide ketiga, terdapat informasi mengenai kehilangan berat badan tanpa sebab sebagai informasi terakhir mengenai tanda-tanda kanker paru-paru. Konten tersebut diunggah oleh akun @iccc.id termasuk dalam jenis konten multiple feed. **4** Multiple feed yang dikenal dengan istilah carousel pada media sosial Instagram merupakan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk para pengguna mengunggah beberapa gambar atau video dalam satu postingan. Fitur carousel ini memberikan kesempatan kepada audiens untuk menggeser dari satu gambar atau video ke gambar atau video berikutnya dalam satu postingan yang sama. Jenis konten ini ditandai dengan postingan yang memiliki lebih dari satu konten atau gambar yang dapat dimanfaatkan untuk menjelaskan informasi mengenai tanda-tanda kanker paru-paru secara lebih rinci. Informasi dalam pesan yang terdapat pada tiga konten dalam satu postingan tersebut dapat diketahui lebih banyak dan lebih rinci dengan cara menggeser ke konten

selanjutnya. Gambar tersebut merupakan postingan akun Instagram @yayasankankerid pada 18 Juli 2023 yang terdiri dari 4 slide atau konten. Pesan yang terdapat pada slide pertama adalah informasi mengenai sarkoma yang sering kali menyamar sebagai jenis kanker lain. Slide kedua berisikan pertanyaan kepada audiens tentang apakah mereka pernah merasakan benjolan atau rasa sesak di bagian perut secara terus-menerus sekaligus mengingatkan audiens untuk waspada bahwa hal tersebut bukanlah sesak napas biasa. Pada slide ketiga, terdapat informasi bahwa sesak napas yang terjadi bisa menjadi indikasi penyakit salah satunya adalah kanker. Slide keempat berisikan pesan bahwa @yayasankankerid akan membahas beberapa topik mengenai kanker sarkoma dalam beberapa waktu kedepan sekaligus mengingatkan audiens untuk memberikan like dan membagikan postingan tersebut kepada teman dan keluarga mereka. Konten tersebut yang diunggah oleh akun @yayasankankerid termasuk dalam jenis konten multiple feed. Jenis konten tersebut dibuktikan pada postingan ini yang memiliki lebih dari satu konten atau gambar yang digunakan untuk menguraikan informasi secara lebih mendetail. Informasi dalam pesan yang terdapat pada empat konten dalam satu postingan tersebut dapat mengetahui lebih banyak dan lebih rinci dengan cara menggeser ke konten selanjutnya.

4.2.4 Tanggapan Pesan Tulisan, emoticon, dan graphic Interchange Format (GIF) merupakan bagian dari tanggapan yang dapat digunakan oleh para pengguna Instagram untuk memberikan tanggapan (Purwaningsih & Sabardila, 2020). Penelitian ini akan menganalisis tanggapan pesan dari audiens akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid berdasarkan dua indikator, yaitu tanggapan positif dan negatif. Dengan memahami respons audiens terhadap konten yang disajikan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kedua akun tersebut mengemas pesan edukasi mengenai kesehatan serta mengetahui reaksi atau tanggapan audiens terhadap informasi yang diterima. Tanggapan audiens positif terhadap konten kita adalah reaksi atau umpan balik yang menunjukkan apresiasi, dukungan, atau rasa puas dari audiens terhadap konten yang disajikan. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh

peneliti, Pada akun @iccc.id dan @yayasankankerid sama-sama seluruh postingan memiliki tanggapan pesan positif. pada akun @iccc.id terdapat 70 akun yang dianalisis dan seluruh indikator tersebut memiliki tanggapan positif. Hal tersebut juga terjadi pada akun @yayasankankerid terdapat 80 akun yang dianalisis dan seluruh indikator tersebut memiliki tanggapan positif. Sedangkan pada Indikator tanggapan pesan negatif tidak ditemukan di kedua akun tersebut. Analisis tersebut menunjukkan bahwa indikator tanggapan pesan positif mendominasi di kedua akun. Reaksi ketidaksetujuan, kritik, kekecewaan, atau kemarahan terhadap pesan yang disampaikan mencerminkan tanggapan negatif dari audiens. Tanggapan ini menunjukkan bahwa audiens merasa tidak puas atau tidak setuju dengan isi pesan yang disampaikan, sehingga mereka mengekspresikan ketidakpuasan mereka melalui kritik atau reaksi emosional lainnya. A. Positif Tanggapan positif adalah respons yang memberikan kesan baik kepada diri sendiri maupun orang lain yang menerimanya (Arintowati & Wahyudi, 2022). Tanggapan positif merupakan reaksi audiens yang menunjukkan persetujuan, dukungan, dan apresiasi dari pesan yang disampaikan. Tanggapan positif terhadap informasi mengenai kanker dapat berupa dukungan kepada penderita, menghargai upaya pencegahan, dan memuji kemajuan penelitian. Tanggapan positif juga dapat memotivasi peneliti untuk terus bekerja keras dalam mencari solusi dan perawatan yang lebih baik terkait dengan kanker. Banyaknya tanggapan positif yang diberikan oleh audiens dapat meningkatkan partisipasi publik dalam menyebarkan berbagai informasi mengenai kanker terutama upaya pencegahan dan mendorong perjuangan para penderita untuk melawan kanker. Pada gambar tersebut terlihat beberapa contoh komentar pada konten Instagram @iccc.id berupa ucapan terima kasih karena telah memberikan informasi yang bermanfaat. Komentar tersebut berasal dari akun Instagram @aaffizr menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh akun @iccc.id sangat bermanfaat dan memberikan doa agar akun Instagram @iccc.id dapat terus memberikan informasi yang berguna dan menjadi akun yang sukses. Selain itu, terdapat juga komentar yang mengungkapkan kekesalan pemilik akun yaitu

@r.nazraa yang mengungkapkan perasaannya yang bahwa jumlah perokok semakin bertambah. bisa diinterpretasikan secara positif sebagai pengingat bahwa rokok merupakan ancaman kesehatan serius. Dengan semakin banyaknya orang yang merokok, pesan mengenai bahaya rokok menjadi semakin relevan dan penting untuk disampaikan, mengingat rokok dapat menyebabkan penyakit mematikan di seluruh dunia. Komentar ini dapat memotivasi lebih banyak orang untuk menyadari risiko kesehatan yang ditimbulkan oleh merokok dan mendorong upaya pencegahan melalui pesan edukasi yang disampaikan. Kolom komentar pada postingan tersebut didominasi oleh ungkapan terima kasih atas informasi yang diberikan dan pujian bahwa informasi yang disampaikan sangat menarik. Tanggapan positif dari audiens dalam kolom komentar dipicu oleh kesesuaian minat dan pengalaman yang sama yang disampaikan dalam konten. Mereka memuji informasi yang diberikan dan memberikan tanggapan positif berupa ungkapan rasa simpati. Tanggapan positif ini mencerminkan apresiasi pengguna Instagram terhadap informasi yang disampaikan. Pada gambar tersebut terlihat beberapa contoh komentar pada konten Instagram @yayasankankerid yang memberikan ucapan terima kasih karena telah memberikan informasi mengenai kebiasaan pemilik akun yang menyukai minum yang masih dalam keadaan panas dapat memicu resiko kanker. Komentar tersebut berasal dari akun Instagram @dwisampurno. Dalam komentar tersebut, akun @dwisampurno menyatakan memberikan apresiasi dan menghargai informasi yang telah diberikan dengan mengucapkan terimakasih atas informasi yang di berikan. Dalam komentar tersebut, pemilik akun juga berbagi kebiasaan lebih suka minum kopi atau teh dalam keadaan panas. Ini menunjukkan bahwa informasi tersebut relevan dengan kebiasaan sehari-hari pengguna yang tidak baik atau kebiasaanya yang dapat memicu kanker Kemudian, dari informasi yang disampaikan dan tanggapan yang diberikan oleh @dwisampurno selaku audiens tergambar bahwa pemilik akun tersebut menjadi tahu akan bahaya yang ditimbulkan oleh konsumsi minuman yang terlalu panas. Terdapat juga komentar yang menyatakan bahwa para audiens baru mengetahui bahwa meminum minuman dalam keadaan yang terlalu panas dapat memicu kanker. Hal ini

terlihat dari komentar akun @dtikemal yang mengungkapkan bahwa informasi yang diberikan keren dan dirinya baru mengetahui informasi yang disampaikan. Ketiga komentar tersebut terlihat bahwa informasi yang diberikan berhasil menyadarkan audiens mengenai bahaya meminum minuman dalam keadaan terlalu panas. Selain itu, audiens juga memberikan tanggapan positif dengan mengapresiasi informasi menggunakan ungkapan terima kasih. Tanggapan tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima informasi dengan baik, tetapi juga menghargai upaya penyebaran pengetahuan yang bermanfaat bagi kesehatan mereka.

B. Negatif Tanggapan negatif adalah respons yang menimbulkan kesan buruk bagi orang yang menjadi sasaran maupun bagi orang yang membacanya baik disengaja maupun tidak (Arintowati & Wahyudi, 2022). Tanggapan pesan negatif dalam konteks pengemasan pesan edukasi kesehatan mengenai kanker mencerminkan reaksi audiens yang menunjukkan ketidakpuasan, kritik, kekecewaan, atau ketidaksetujuan terhadap pesan yang disampaikan. Reaksi ini dapat muncul jika informasi yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi atau kebutuhan audiens, disampaikan secara tidak jelas, atau mengandung elemen yang memicu ketidaksetujuan atau kontroversi. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid tidak menerima tanggapan pesan negatif secara signifikan dari audiens mereka. Hal ini ditandai hasil dari kedua coder yang menunjukkan tanggapan negatif sebesar 0%.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui pengemasan pesan edukasi kesehatan yang dilakukan oleh akun @iccc.id dan @yayasankankerid selama periode Januari - Desember 2023. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua akun tersebut menggunakan konsep pengemasan pesan edukasi dengan memperhatikan tema pesan, bentuk pesan, bentuk konten, dan tanggapan terhadap pesan.

5.1 Kesimpulan Pertama, kategori tema pesan pada akun @iccc.id didominasi oleh faktor dan gejala. Hal tersebut dikarenakan tema pesan faktor dan gejala memberikan informasi tentang faktor penyebab kanker dari lingkungan, gaya hidup, kondisi medis dan

gejala yang dialami penderita kanker sesuai dengan jenis kanker. Melalui informasi dengan tema pesan faktor dan gejala kanker @iccc.id ikut serta membantu menurunkan angka kasus kanker di Indonesia dengan meningkatkan kesadaran masyarakat akan cara pencegahan dan deteksi dini gejala yang biasanya dialami oleh penderita kanker. Sedangkan kategori tema pesan pada akun @yayasankankerid didominasi oleh fakta kanker. Tema pesan fakta kanker berisikan informasi mengenai kondisi kasus kanker di Indonesia disajikan dalam bentuk grafik, tabel, atau uraian. Penyajian data yang akurat ini memudahkan masyarakat umum terutama yang tidak memiliki latar belakang medis dapat dengan mudah memahami informasi tersebut. Kedua, kategori bentuk pesan pada akun @iccc.id dan @yayasankankerid memiliki kesamaan, yaitu didominasi oleh pesan informatif. Hal ini menunjukkan bahwa @iccc.id dan @yayasankankerid menyampaikan informasi secara jelas, objektif, dan terstruktur. Informasi yang disampaikan mudah dipahami, sesuai dengan kebutuhan audiens, dan mencantumkan sumber yang relevan. Pesan informatif ini dapat disampaikan pada enam tema pesan, yaitu jenis kanker, fakta kanker, faktor dan gejala, pencegahan, diagnosis, dan pengobatan. Bentuk pesan informatif bertujuan untuk menambah wawasan masyarakat terkait dengan kanker dan membuat masyarakat memilih keputusan kesehatan yang tepat berdasarkan informasi yang disampaikan. Ketiga, kategori bentuk konten pada akun @iccc.id didominasi oleh gambar. Bentuk konten gambar menyajikan informasi dalam bentuk foto, infografik, atau kreativitas digital lainnya yang dipublikasikan dengan satu gambar atau satu slide di Instagram, sehingga informasi mengenai kanker dapat disampaikan secara fokus, padat, dan jelas. Sedangkan kategori bentuk konten pada akun @yayasankankerid didominasi oleh multiple feed. @yayasankankerid sering menggunakan bentuk konten multiple feed karena setiap jenis kanker memiliki banyak informasi yang ingin disampaikan. Dalam satu kali postingan, @yayasankankerid dapat memberikan informasi secara lengkap dengan memanfaatkan beberapa slide berikutnya. Multiple feed yang digunakan juga bertujuan agar audiens dapat mengetahui informasi

secara lebih lengkap dengan cara menggeser untuk melihat informasi yang terdapat pada slide-slide berikutnya. Pengemasan informasi dalam bentuk multiple feed juga dapat penyampaian detail informasi secara lebih komprehensif dan terstruktur, sehingga audiens dapat memahami informasi atau pesan dengan lebih baik. Keempat, Kategori tanggapan pesan pada akun @iccc.id dan @yayasankankerid memiliki kesamaan yaitu memperoleh tanggapan positif pada setiap konten yang dianalisis. Hal ini menunjukkan bahwa audiens memberikan tanggapan dalam bentuk persetujuan atas informasi yang disampaikan, dukungan kepada penderita kanker dan penelitian, apresiasi, serta ungkapan terima kasih kepada akun-akun tersebut atas pesan yang disampaikan. Banyaknya tanggapan positif juga dapat meningkatkan partisipasi publik dalam menyebarkan informasi tentang kanker terutama pada konten pencegahan, faktor, dan gejala kanker. Dengan adanya tanggapan positif dari audiens yang membagikan pengalaman pribadi atau pandangan mereka yang relevan dengan informasi yang disampaikan dapat memberikan perspektif baru yang memperkaya pemahaman audiens lainnya. Temuan menarik dalam penelitian ini adalah tidak adanya bentuk pesan koersif yang ditemukan. Hal tersebut menunjukkan tidak ada pesan yang memberikan tekanan atau paksaan untuk mempengaruhi atau mengendalikan perilaku audiens. Tidak adanya bentuk pesan koersif juga menciptakan komunikasi efektif, kepercayaan, dan kerjasama antara kedua akun tersebut dengan para audiens. Temuan menarik selanjutnya yaitu tidak adanya bentuk konten video. Konten video juga memiliki kemampuan untuk menarik perhatian audiens melalui elemen audio dan visual yang disajikan. Jenis konten video yang terdapat pada feeds dan reels di Instagram mampu menjangkau audiens yang lebih luas karena dapat tampil pada halaman eksplor yang akan ditampilkan kepada pengguna lainnya. Hasil penelitian ini juga menunjukkan temuan menarik yaitu tidak ada tanggapan pesan negatif yang ditemukan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan yang telah disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh audiens. Tidak adanya tanggapan negatif juga menunjukkan bahwa audiens merasa termotivasi dan mengalami peningkatan kesadaran. Hubungan yang baik

antara kedua pihak dengan audiensnya ditandai dengan tidak adanya tanggapan negatif terhadap pesan yang disampaikan. 5.2 Saran Hasil penelitian ini menunjukkan pengemasan pesan yang dilakukan oleh @iccc.id dan @yayasankankerid. Akun @iccc.id didominasi oleh tema pesan mengenai faktor dan gejala, bentuk pesan informatif, bentuk konten gambar, dan tanggapan pesan positif. Sedangkan akun @yayasankankerid didominasi oleh tema fakta kanker, bentuk pesan informatif, bentuk konten multiple feed, dan tanggapan pesan positif. Penelitian ini menunjukkan adanya batasan yang dapat diperbaiki atau dikaji lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya. 5.2.1 Saran Akademis 1. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi untuk mengetahui pengemasan pesan edukasi kesehatan kanker pada akun Instagram @iccc.id dan @yayasankankerid. Penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis efektivitas terkait pesan edukasi yang disampaikan oleh akun media sosial lainnya yang berkaitan dengan penyakit kanker. Hal ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pesan edukasi yang disampaikan oleh akun-akun tersebut. 2. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan konten pengemasan pesan edukasi kesehatan terkait dengan jenis penyakit lain yang disajikan di media sosial lainnya. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perbedaan dan persamaan jenis konten dan elemen pengemasan pesan edukasi yang lainnya pada konten yang telah diunggah tersebut. Dengan demikian, dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengemasan pesan edukasi kesehatan melalui platform media sosial lain. 3. Bagi para peneliti yang ingin melanjutkan penelitian terkait pengemasan pesan edukasi terutama dengan jenis penelitian yang serupa dapat menggunakan alat ukur yang telah diterapkan dalam penelitian ini. 5.2.1 Saran Praktis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi komunitas atau lembaga yang ingin membuat pesan edukatif terutama yang berkaitan dengan kesehatan pada akun Instagram mereka. Praktisi dapat membuat konten menggunakan bentuk pesan persuasif. Untuk membuat konten edukatif, disarankan menciptakan konten yang melibatkan audiens dengan tujuan agar mereka merasa lebih dekat dan terhubung

REPORT #22131357

dengan pesan yang disampaikan. Pendekatan dengan audiens dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terkait pesan yang disampaikan, mengajak audiens untuk berbagi pengalaman, dan mengajak mereka melakukan aktivitas yang berkaitan dengan kesehatan. Berbagai hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan partisipasi aktif dari audiens. Masyarakat luas dapat menjadikan konten kesehatan sebagai referensi untuk mencari informasi dan mendorong mereka menjalani gaya hidup sehat.



REPORT #22131357

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.4% pdfcoffee.com https://pdfcoffee.com/download/yki-3-pdf-free.html	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.29% pressrelease.kontan.co.id https://pressrelease.kontan.co.id/news/kalbe-bahas-tuntas-nutrisi-hingga-penc...	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.28% repository.ikipgribojonegoro.ac.id https://repository.ikipgribojonegoro.ac.id/249/1/bab%201-3.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.26% sibakuljogja.jogjaprov.go.id https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/blog/timteknis/mana-yang-lebih-baik-dari-s...	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.25% patra-jasa.com https://patra-jasa.com/id/berita/tjst/patra-jasa-kirim-bantuan-untuk-yayasan-ka..	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.25% eprints.umm.ac.id https://eprints.umm.ac.id/3210/4/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.25% pascasarjana.uit.ac.id https://pascasarjana.uit.ac.id/wp-content/uploads/2020/12/Bahan-Ajar-KesMas...	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.23% ettheses.iainponorogo.ac.id https://etheses.iainponorogo.ac.id/24331/1/SKRIPSI%20USWATUN%20%28pdf...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.22% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/18093/1/Firman%20Isma%27il_Nilai-Nilai%20T...	●



REPORT #22131357

INTERNET SOURCE		
10. 0.21%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6401/11/11.%20BAB%204.pdf	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.19%	eprints.uny.ac.id https://eprints.uny.ac.id/18427/5/5.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.19%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/25413/1/Dila%20Dwisalsa%20Meilani_Komunik..	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.18%	ejournal.unsrat.ac.id https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download..	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.17%	elibrary.unikom.ac.id https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/90/9/UNIKOM_Iqbal%20Surya%20Rusma..	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.17%	repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/73609/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.16%	eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/9610/3/BAB%202%20Erik%20Almi%20Put..	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.16%	repository.unair.ac.id https://repository.unair.ac.id/101366/4/4.%20BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.16%	informatika.ciputra.ac.id https://informatika.ciputra.ac.id/2016/02/2016-2-18-metode-pengumpulan-data..	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.15%	eprints.kwikkiangie.ac.id http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1879/10/resume.pdf	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.14%	repository.usd.ac.id http://repository.usd.ac.id/40357/1/7239_Prosiding%20BSNIM%20Formulasi%20B..	●



REPORT #22131357

INTERNET SOURCE		
21.	0.13% lapasperempuanbandarlampung.wordpress.com https://lapasperempuanbandarlampung.wordpress.com/2019/11/25/yayasan-k...	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.13% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7895/10/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.11% redcomm.co.id https://redcomm.co.id/knowledges/konten-instagram-carousel-yang-bisa-mend..	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.11% bithourproduction.com https://bithourproduction.com/blog/6-fitur-rahasia-instagram-bikin-konten/	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.1% ojs.daarulhuda.or.id https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/104/91	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.09% www.okejoss.com https://www.okejoss.com/5-rahasia-kunci-harmoni-keluarga-ala-hj-makkiyah-a...	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.09% widuri.raharja.info https://widuri.raharja.info/index.php?title=SI1222472582	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.09% www.detik.com https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6855419/15-contoh-kesimpulan-makala...	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.09% idcloudhost.com https://idcloudhost.com/blog/carousel-adalah/	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.08% www.feeds.id https://www.feeds.id/2023/12/bagaimana-tiktok-mengubah-lanskap-media-sos...	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.08% www.talenta.co https://www.talenta.co/blog/klasifikasi-data-2/	●



REPORT #22131357

INTERNET SOURCE		
32.	0.08% digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/10401/16/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.08% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/103647-ID-tema-tema-fantasi-dala...	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.08% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/24404/1/Alfi%20Ikfina%20Fitriani_Komunikasi%	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.08% repository.unj.ac.id http://repository.unj.ac.id/34429/1/COVER.pdf	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.08% repository.radenintan.ac.id http://repository.radenintan.ac.id/19460/1/PUSAT%20BAB%201%20DAN%202.p..	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.07% journal.unj.ac.id https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/download/99/12...	●
INTERNET SOURCE		
38.	0.06% ejournal.unsrat.ac.id https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download..	●
INTERNET SOURCE		
39.	0.05% journal.budiluhur.ac.id https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/download/1800/pd..	●
INTERNET SOURCE		
40.	0.05% repository.iainbengkulu.ac.id http://repository.iainbengkulu.ac.id/7207/1/Skripsi%20Asmarita.pdf	●
INTERNET SOURCE		
41.	0.04% repository.kalbis.ac.id http://repository.kalbis.ac.id/bitstream/123456789/309/6/F_Bab3_2016102280.p..	●



REPORT #22131357

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.33%** www.gleneagles.com.sg
<https://www.gleneagles.com.sg/id/conditions-diseases/leukemia/symptoms-ca...>

INTERNET SOURCE

2. **0.23%** eprints.upj.ac.id
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6401/11/11.%20BAB%204.pdf>

INTERNET SOURCE

3. **0.21%** repository.uinsaizu.ac.id
https://repository.uinsaizu.ac.id/24263/1/Vivi%20Alfiani_Analisis%20Konten%20..

INTERNET SOURCE

4. **0.15%** repository.stei.ac.id
<http://repository.stei.ac.id/3156/4/Bab%203.pdf>

INTERNET SOURCE

5. **0.14%** helohehat.com
<https://helohehat.com/kanker/kemoterapi/>

INTERNET SOURCE

6. **0.12%** eprints.upj.ac.id
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6235/10/10.%20BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

7. **0.12%** etheses.iainponorogo.ac.id
<https://etheses.iainponorogo.ac.id/13206/1/SKRIPSI%20TIYA%20UPLOAD%20E-...>

INTERNET SOURCE

8. **0.11%** lapasperempuanbandarlampung.wordpress.com
<https://lapasperempuanbandarlampung.wordpress.com/2019/11/25/yayasan-k...>

INTERNET SOURCE

9. **0.11%** repository.stei.ac.id
<http://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

10. **0.11%** pressrelease.kontan.co.id
<https://pressrelease.kontan.co.id/news/kalbe-bahas-tuntas-nutrisi-hingga-penc...>

INTERNET SOURCE

11. **0.11%** puskesmasgegong.madiunkota.go.id
<https://puskesmasgegong.madiunkota.go.id/?p=712>



REPORT #22131357

INTERNET SOURCE

12. **0.09%** journals.usm.ac.id

<https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/download/434/262>

INTERNET SOURCE

13. **0.08%** hellosehat.com

<https://hellosehat.com/kanker/kanker-darah/leukemia-akut/>

INTERNET SOURCE

14. **0.08%** www.detik.com

<https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6855419/15-contoh-kesimpulan-makala...>

INTERNET SOURCE

15. **0.08%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6713/10/11.%20BAB%20IV.pdf>

INTERNET SOURCE

16. **0.08%** www.prudential.co.id

<https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/apa-itu-kemoterapi/>

INTERNET SOURCE

17. **0.07%** ettheses.iainponorogo.ac.id

<https://ettheses.iainponorogo.ac.id/24331/1/SKRIPSI%20USWATUN%20%28pdf...>

INTERNET SOURCE

18. **0.07%** www.allianz.co.id

<https://www.allianz.co.id/explore/apa-faktor-dan-bagaimana-cara-mencegah-k...>

INTERNET SOURCE

19. **0.07%** repository-penerbitlitnus.co.id

<https://repository-penerbitlitnus.co.id/214/1/15.KOMUNIKASI%20PEMBELAJARA...>

INTERNET SOURCE

20. **0.07%** eskripsi.usm.ac.id

<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2019/G.311.19.0151/G.311.19.0151-...>

INTERNET SOURCE

21. **0.06%** www.alodokter.com

<https://www.alodokter.com/8-jenis-kanker-yang-sering-menyerang-anak-ini-ge...>

INTERNET SOURCE

22. **0.06%** agroindustry.polsub.ac.id

<https://agroindustry.polsub.ac.id/wp-content/uploads/2022/09/FerdiFathurohm..>



REPORT #22131357

INTERNET SOURCE

23. 0.05% jurnaldidaktika.org

<https://jurnaldidaktika.org/contents/article/download/444/346/>

INTERNET SOURCE

24. 0.02% journal.uui.ac.id

<https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/7179/6363/12691>