

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1. Tabel Penelitian Terdahulu

| No | Judul Penulis Tahun | Afiliasi Universitas | Metode Penelitian | Kesimpulan | Saran | Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu |
|----|--|------------------------------------|-------------------------|---|--|---|
| 1. | Pesan Edukasi Kesehatan Mental di Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 (Analisis Isi Akun TikTok @Christineang93) Diandra Nafia Salshabila 2022 | Universitas Muhammadiyah Malang | Analisis Isi Kualitatif | Kategorisasi yang dominan muncul pada konten TikTok @Christineang93, yaitu kategori informasi pelajaran. Konten yang disajikan pun menggunakan bahasa komunikatif yang mudah dipahami, materi yang disampaikan relevan dengan realitas penontonnya, dan menggunakan sound yang viral di TikTok. | Masih adanya kekurangan dalam penelitian ini dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih baik lagi | Pembeda penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini terletak di jenis media yang dianalisis dan isu kesehatan yang diangkatnya. Penelitian terdahulu melakukan analisis isi pada media social TikTok dan mengangkat isu kesehatan mental, sedangkan pada penelitian ini melakukan analisis isi pada media sosial Instagram dan isu kesehatan yang diangkat berupa kesehatan reproduksi. |
| 2. | Tindakan Pemeliharaan Kesehatan Reproduksi Wanita Penyandang Polycystic Ovary Syndrome (Pcos) Melalui Media Instagram (Kajian Pada Akun Instagram @Pcosfighterindonesia) Safira Ayuningtyas 2021 | Universitas Islam Negeri Walisongo | Netnografi | Akun Instagram @pcosfighterindonesia memanfaatkan penggunaan tag, hashtag, media visual, dan kalimat ajakan dalam menyajikan kontennya. Berdasarkan klasifikasinya, konten @pcosfighterindonesia memiliki | Bagi pengelola akun Instagram @pcosfighterindonesia diharapkan dapat menambah group WhatsApp dapat dibagi menjadi ke dalam 2 kategori, yaitu wanita belum menikah dan wanita sudah | Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini berada di pendekatan yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan netnografi untuk melihat penyajian konten dan |

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|--|
| | | | 4 tema besar, diantaranya belajar bareng, ask the expert, hearth to hearth, dan sharing ilmu PCOS. Akun Instagram @pcosfighterindonesia ini meningkatkan kesadaran akan kesehatan reproduksi wanita terkait PCOS. | menikah. Bagi Dinkes diharapkan dapat memberikan sosialisasi terkait fasilitas yang dicover oleh BPJS mengenai kesehatan reproduksi. Kemudian, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan focus pada bidang gender mengenai stereotype. Penelitian selanjutnya dapat melakukan kajian terkait positive discipline dalam parentin, namun pada akun media sosial yang berbeda. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih focus mengkaji dari respon pengguna melalui komentar ataupun dilakukannya wawancara mendalam. | tindakan akun Instagram @pcosfighterindonesia. Sedangkan, penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan tujuan mengetahui isi pesan edukasi yang terdapat pada visual konten akun Instagram @pcosfighterindonesia. |
| 3. | Analisis Isi Kualitatif Pesan Edukasi Positive Discipline Parenting pada Media Sosial Instagram @goodenoughparents.id Noerazrie Imania Putri 2022 | Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur | Analisis Isi Akun Instagram @goodenoughparents.id menampilkan positive discipline dalam parenting melalui gambar dengan ilustrasi kejadian, melalui kalimat pada caption, foto, video singkat yang dengan mudah dapat dipahami karena menggunakan kalimat yang mudah dimengerti. Good Enough Parents telah tepat memilih Instagram sebagai media untuk mengedukasi masyarakat karena memudahkan masyarakat untuk mengakses dan adanya ketertarikan pengguna dari setiap konten yang diunggah. | Perbedaan dari tinjauan literatur ketiga dengan penelitian ini yaitu tinjauan literatur ketiga berfokus pada edukasi dari positive Dicine, sedangkan penelitian ini berfokus pada bagaimana pesan edukasi yang ada pada akun Instagram PFI. | |

Sumber: Olahan Peneliti

Tinjauan literatur pertama, ber judul “Pesan Edukasi Kesehatan Mental di Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 (Analisis Isi Akun TikTok @Christineang93)” yang diteliti oleh Diandra Nafia Salshabila merupakan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Isi Kualitatif dengan pedoman Rahma Ida dan memiliki konsep yang sama seperti penelitian ini yaitu terkait pesan edukasi. Hasil dari penelitian ini yaitu akun TikTok @christineang93 selama bulan Maret-Agustus 2021 di *playlist* “*Mental Health*” terhadap 16 video yaitu berisi informasi-informasi yang didalamnya mengedukasi tentang tips, pelajaran, dan juga tanya jawab. Untuk kategori yang dominan pada penelitian ini yaitu informasi pelajaran sebanyak 8 Sementara itu, kategori Informasi tips yang berjumlah 4 video dan terakhir yaitu informasi tanya jawab dengan jumlah 4 video. Dari keempat kategori informasi yang ditentukan, peneliti tidak mendapatkan Informasi Tutorial pada akun TikTok @christineang93 bulan Maret-Agustus 2021 di *playlist* Mental. ●

Tinjauan literatur kedua berjudul “Tindakan Pemeliharaan Kesehatan Reproduksi Wanita Penyandang Polycystic Ovary Syndrome (Pcos) Melalui Media Instagram (Kajian Pada Akun Instagram @Pcosfighterindonesia)” diteliti oleh Safira Ayuningtyas dari Universitas Islam Negeri Walisongo. Metode yang digunakan menggunakan netnografi, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis isi. Namun, dalam penelitian ini terdapat kesamaan dari segi objek penelitian yaitu melakukan penelitian terhadap komunitas akun Instagram @pcosfighterindonesia. Tinjauan literatur kedua ini menunjukkan hasil bahwa akun Instagram @pcosfighterindonesia memanfaatkan penggunaan tag, hashtag, media visual, dan kalimat-kalimat imbauan dalam menyajikan kontennya. Dengan adanya akun Instagram @pcosfighterindonesia mampu meningkatkan kesadaran akan kesehatan reproduksi wanita terkait PCOS.

Tinjauan literatur ketiga berjudul “Analisis Isi Kualitatif Pesan Edukasi Positive Discipline Parenting pada Media Sosial Instagram @goodenoughparents.id” diteliti oleh Noerazrie Imania Putri dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Akun Instagram @goodenoughparents.id menampilkan pesan edukasi *positive discipline* dalam parenting melalui unggahan berupa gambar dengan ilustrasi kejadian, kalimat pada

caption, foto, dan video singkat yang dengan mudah dapat dipahami karena menggunakan kalimat yang mudah dimengerti. Mudahnya akses penggunaan Instagram menjadikan Instagram sebagai media yang tepat untuk menjadi media edukasi.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Kesehatan

Dalam mencapai efek positif pada perilaku kesehatan masyarakat, komunikasi kesehatan dilakukan secara terencana dan sistematis dengan memanfaatkan berbagai prinsip dan metode komunikasi. Komunikasi interpersonal ataupun komunikasi massa dapat digunakan dalam upaya ini. Komunikasi kesehatan melibatkan penyampaian informasi mengenai pencegahan terhadap penyakit, melakukan promosi kesehatan, prosedur pemeliharaan kesehatan, serta peraturan bisnis dalam sektor kesehatan. Tujuannya adalah untuk memberikan perubahan dan meningkatkan kualitas hidup individu dalam masyarakat atau komunitas, dengan mempertimbangkan pengetahuan ilmiah dan prinsip etika (Harahap & Putra, 2019).

Masalah kesehatan yang dapat mengenai individu maupun masyarakat, sering sekali diakibatkan karena kurangnya informasi yang diperoleh masyarakat terkait dengan pemeliharaan kesehatan di masyarakat. Komunikasi dalam konteks kesehatan memiliki peranan sangat penting dalam kehidupan setiap individu, karena kemampuan berkomunikasi dapat digunakan untuk mencapai tingkat kesehatan yang baik dalam masyarakat. Dalam komunikasi kesehatan, hal ini melibatkan persepsi penerima pesan dan bagaimana pesan tersebut dapat efektif menyampaikan ide atau gagasannya. Komunikasi kesehatan menjadi efektif ketika pihak yang menyampaikan informasi memperhatikan situasi saat akan berkomunikasi, mengidentifikasi pihak yang menjadi target komunikasi, memperhatikan bentuk pesan, dan memilih sarana media yang tepat untuk digunakan (Sugiyo, 2018). Oleh karena itu, perlu untuk diperhatikan komponen komunikasi agar terciptanya komunikasi kesehatan yang efektif.

Komponen komunikasi secara umum dengan yang ada di komunikasi kesehatan tidak ada yang berbeda. Komponen komunikasi tersebut mencakup pengirim pesan hingga respon yang diperoleh dari penerima pesan. Adapun komponen komunikasi menurut Laswell, diantaranya:

1. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menyampaikan pesan informasi. Dalam komunikasi kesehatan, komunikator dapat berupa individu maupun kelompok lembaga kesehatan.

2. Komunikan

Komunikan merupakan seseorang yang menerima pesan informasi dari komunikator. Komunikan dalam komunikasi kesehatan dapat berupa masyarakat yang mendapatkan informasi kesehatan.

3. Pesan

- Pesan adalah isi dari sebuah pernyataan yang disampaikan oleh komunikan secara tatap muka maupun melalui media, pesan tersebut didukung oleh lambang yang memiliki arti.

4. Media

Media dalam komunikasi kesehatan merupakan sarana saluran komunikasi sebagai pendukung proses penyampaian pesan. Dapat dikatakan juga sebagai alat untuk memindahkan pesan dari komunikator ke komunikan.

5. Efek

Efek dalam sebuah komunikasi kesehatan adalah dampak yang timbul dari adanya pesan yang disampaikan, efek ini dapat terjadi pada pengetahuan, sikap, hingga perilaku seseorang yang menerima pesan komunikasi.

Peran komunikasi pada kesehatan masyarakat yaitu salah satunya sebagai alat dalam upaya memperbaiki perilaku masyarakat menjadi perilaku hidup sehat. Komunikasi kesehatan dapat membawa perubahan dan dukungan komitmen yang mampu mendukung program-program kesehatan dan program kesehatan tersebut dapat menjadi lebih efektif jika adanya komunikasi yang tertata dengan baik (Harahap & Putra, 2019). Penggunaan konsep komunikasi kesehatan dalam penelitian ini dikarenakan adanya kesinambungan dengan objek penelitian ini, yaitu pesan edukasi terkait PCOS yang terdapat pada akun Instagram

@pcosfighterindonesia. Seperti yang telah disampaikan pada bagian latar belakang penelitian ini, bahwa akun Instagram @pcosfighterindonesia merupakan komunitas virtual yang hadir untuk meningkatkan kesadaran kesehatan alat reproduksi wanita khususnya terkait PCOS.

2.2.2. Media Baru

Media Baru atau *New Media* dapat dikatakan sebagai perkembangan teknologi digital yang mampu memberikan kemudahan manusia dalam mencari serta memperoleh informasi, hiburan, hingga pengetahuan (Putri F. D., 2020). Dalam buku *Jurnalistik Online: panduan mengelola Media Online* (Romli, 2018), media baru adalah istilah yang mengacu pada permintaan akses ke materi (isi atau informasi) kapan pun, di mana pun, pada setiap perangkat digital yang memungkinkan menerima tanggapan dari pengguna secara aktif, mendorong partisipasi secara kreatif, membentuk komunitas yang terhubung dengan materi media, dan melibatkan aspek generasi waktu yang nyata.

New Media ialah media yang memakai internet, pemanfaatan basis teknologi, memiliki karakter yang fleksibel, berpotensi terjadinya hubungan interaktif, dan dapat berfungsi secara publik maupun privat. Contoh media baru, diantaranya media *online*, *blog*, dan media sosial. Denis McQuail menjelaskan bahwa terdapat 5 jenis *new media*, yaitu (Putri F. D., 2020):

1. Media Komunikasi Interpersonal

Media baru mencakup berbagai media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi secara interpersonal karena jenis medianya tergolong privat. Sehingga informasi yang disampaikan dan penerimaan informasinya bisa berjalan secara interaktif.

2. Media Permainan Interaktif

Media baru mencakup permainan berbasis komputer, video games, serta perangkat virtual. Saat ini melalui permainan dapat memunculkan interaktivitas para pemainnya karena para pemainnya bisa bermain dalam bentuk kelompok.

3. Media Pencari Informasi

Semua kategori media teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi dapat dikatakan sebagai *new media*, hal ini dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai sarana belajar maupun pekerja profesional.

4. Media Partisipasi Kolektif

Media baru disokong oleh pengguna internet untuk saling berbagi informasi, ide, gagasan, opini, serta pengembangan relasi individu. Partisipasi masyarakat yang meluas dan membesar menjadi kekuatan utama media baru karena pada hakikatnya media baru adalah wadah bagi masyarakat dalam menyampaikan pendapatnya mengenai suatu isu dari suatu permasalahan.

Hadirnya media baru dalam kehidupan yang semakin modern ini membuat proses komunikasi dapat berlangsung kapan saja, di mana saja dan dapat melalui berbagai teknologi komunikasi apa pun. Namun, keberlangsungan komunikasi media baru ini dapat terjadi selama memiliki peranti komunikasi serta koneksi internet yang memadai, dan media baru yang digunakan masih selalu dalam tahap berkembang (Luik, 2020). Seperti halnya, media sosial merupakan jenis media baru yang selalu mengalami perkembangan hingga memungkinkan penggunaannya untuk dapat berbagi pesan, mencari informasi, dan berinteraksi.

2.2.2.1. Media Sosial

Media sosial dapat dikatakan sebagai aplikasi yang memungkinkan penggunaannya terlibat dan berbagi isi dalam jaringan sosial. Dalam buku *Social Media for Government*, Gohar F. Khan (2017) menyatakan bahwa media sosial adalah platform berbasis internet yang memberikan kemudahan bagi para penggunaannya untuk membuat dan berbagi konten mulai dari informasi, opini, dan lainnya dalam berbagai konteks yang beragam kepada khalayak yang lebih luas. Media sosial memiliki efek yang bersinambungan sehingga proses pemindahan yang terjadi tidak berhenti hanya pada satu audiens pokok saja (*multiplier effect*). Berikut ini merupakan karakteristik yang harus dimiliki pada sebuah platform

media sosial (Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018):

1. Platform Berbasis Pengguna
Saat ini, pengguna platform media sosial memiliki kendali penuh terhadap semua konten yang disebarluaskan di sana.
2. Bersifat Sangat Interaktif
Keberhasilan suatu konten di platform media sosial sangat bergantung pada interaksi antara pengguna, yang menjadi aspek penting dalam hal ini.
3. Pengguna merupakan Pembuat Konten
Setiap pengguna memiliki kendali atas konten yang tersedia di suatu platform, namun jenis konten yang ada dapat bervariasi antara platform satu dengan yang lainnya. Misalnya, konten tersebut dapat berupa tulisan, gambar, video, atau audio.
- 4.● Pengguna Bebas menentukan Sendiri Akunnya
Setiap pengguna memiliki kebebasan untuk menyesuaikan tampilan dan fitur-fitur yang mereka gunakan pada platform tersebut.
5. Bergantung Pada Hubungan Antar Pengguna hingga Komunitas yang Terbentuk
Semakin aktif banyak orang yang saling terhubung melalui platform media sosial, semakin besar peluang untuk berinteraksi dan makin banyak komunitas yang berdiri karena adanya kesamaan minat pengguna.

Dalam komunikasi kesehatan, salah satu strategi komunikasi yang digunakan yaitu strategi media sosial. Konsep dalam strategi ini yaitu penyampaian informasi dilakukan melalui media sosial seperti halnya, Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya. Adanya komunitas-komunitas online menjadikan wadah bagi sesama pengguna media online untuk saling berbagi informasi, komentar, dan memberikan respon dari suatu hal yang disampaikan oleh orang lain (Sugiyono, 2018).

2.2.2.2. Instagram sebagai Medium Pesan Edukasi PCOS

Instagram sebagai salah satu media sosial yang populer di Indonesia, hal ini dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa Instagram menduduki urutan kedua sebagai media sosial teratas yang paling sering digunakan di Indonesia. Jenis konten yang dapat diunggah melalui platform Instagram sangatlah beragam dan konten yang diunggah tersebut pun nantinya akan ditampilkan pada *Feed* akun Instagram. *Feed* Instagram adalah halaman profil utama yang menampilkan foto maupun video yang sudah diunggah oleh pengguna Instagram. Kemudian, setelah peneliti rangkum terdapat 3 jenis konten yang dapat diunggah di Instagram sebagai berikut (Andreas, 2021):

1. *Single Image*

Konten *single image* maksudnya adalah hanya mengunggah 1 buah foto atau gambar dalam satu kali postingan dan terdapat 3 pilihan ukuran saat mengunggah konten *single image*, yaitu 1080x608 Pixel (*Landscape*), 1080x1080 Pixel (*Square*), dan 1080x1350 Pixel (*Potrait*). Umumnya konten *single image* dimanfaatkan untuk membagikan konten foto karena keterbatasan kanvas yang dimiliki jenis konten *single image* membuat penyampaian informasi yang dibagikan pun menjadi terbatas.

2. *Carousel*

Konten *Carousel* yaitu mengunggah lebih dari 1 buah foto atau gambar dalam satu kali unggahan, jumlah maksimal foto yang dapat diunggah dalam satu kali postingan yaitu 10 foto. terdapat 2 pilihan ukuran saat mengunggah konten *Carousel* yaitu 1080x1080 Pixel (*Square*) dan 1080x1350 Pixel (*Potrait*). Konten *Carousel* mampu memberikan *value* yang lebih banyak dalam 1 kali postingannya, hal ini dikarenakan memiliki lebih banyak kanvas untuk dimanfaatkan dalam pembuatan kontennya. Banyak kreator yang memanfaatkan jenis konten *carousel* untuk membuat microblog yang mengandung pesan edukasi, sehingga lebih berpotensi memperoleh share dan *save* oleh pengguna Instagram. Konten *Carousel* pun bersifat interaktif karena pengguna Instagram dapat menggeser gambar menuju urutan konten sebelum dan sesudahnya.

3. Instagram Video *Reels*

Konten Instagram *Reels* merupakan konten berupa format video. Ukuran saat mengunggah konten Instagram Video *Reels* yaitu 1080 x 1920 pixel atau rasio 9:16. Instagram *Reels* wajib untuk dioptimasi karena konten ini mampu menjangkau *followers* yang sudah ada maupun yang tidak mengikuti akun Instagram pengguna lainnya. Durasi maksimal pada Instagram *Reels* yaitu 90 detik.

Pengguna akun Instagram bukan hanya memanfaatkan Instagram untuk kebutuhan pribadi tetapi juga sering kali dijadikan sebagai media promosi sebuah *brand*, media online, hingga sebuah komunitas virtual. Melalui beragam jenis konten yang dapat diunggah di Instagram dan berbagai fitur yang ada didalamnya membuat akun Instagram memiliki daya tarik tersendiri yang dapat disesuaikan dengan tujuan penggunaannya.

- Dalam penelitian ini, maksud dari konsep Instagram sebagai Media Edukasi PCOS yaitu akun Instagram dapat dikelola dan dibentuk oleh sebuah komunitas atau sekumpulan orang yang memiliki ketertarikan yang sama untuk memberikan edukasi terkait dengan PCOS melalui unggahan-unggahan dari akun Instagramnya. Akun Instagram @pcosfighterindonesia menjadi akun Instagram terbesar di Indonesia yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran kesehatan wanita khususnya PCOS.

2.2.3. Pesan dalam Konten Media Sosial

Pesan adalah seperangkat simbol verbal dan non verbal yang mampu mewakili perasaan, nilai, gagasan ataupun maksud dari seorang sumber. Menurut Onong Efendy (2017), Pesan adalah hasil gabungan antara pikiran dan perasaan seseorang yang dikomunikasikan kepada orang lain melalui simbol, bahasa, atau simbol lainnya dalam proses komunikasi. Sedangkan, Abdul Hanafi menjelaskan bahwa pesan adalah sebuah produk fiktif yang nyata dihasilkan oleh sumber-*encoder*. Sehingga bila disimpulkan, pesan merupakan informasi yang disampaikan dari sumber kepada penerima pesan (Ardiansah, 2014).

Sebuah pesan harus dikemas dengan sebaik dan semenarik mungkin agar dapat dengan mudah dipahami oleh target sasaran penerima pesan, seperti halnya

menyampaikan pesan melalui konten media sosial. Konten adalah informasi yang disampaikan melalui kata-kata yang dapat diucapkan, simbol, musik maupun bahasa tubuh yang dikemas dalam bentuk gambar, teks, suara, ataupun video dan identiknya dibagikan melalui media sosial (Pratiwi, 2021).

Menurut Kriyantono (2014), setiap jenis pesan komunikasi terbentuk dari elemen-elemen pembentukan pesan. Mengingat penelitian ini adalah analisis isi pesan, berikut ini terdapat struktur pesan dan daya tarik pesan sebagai elemen pembentuk pesan yang sekaligus dapat dijadikan kategorisasi dalam analisis isi pesan (Andari, 2021):

1. Struktur Pesan

a. Sisi Pesan (*Message Sideness*) merupakan arah kecenderungan isi pesan berdasarkan sisi dari pembicaraan pesan tersebut, apakah berada pada satu sisi atau dua sisi. Pesannya berada pada sisi positif atau negatif atau bahkan kedua-duanya. Adapun pada sisi pesan dapat terbagi menjadi dua sisi, sebagai berikut:

- 1) Satu sisi (*One-side*), apabila pesan memiliki ciri sebagai berikut:
 - a) Kepentingan hanya dipegang oleh pengirim pesan dengan beberapa penekanan.
 - b) Hanya menonjolkan berbagai hal yang positif dari pesan sebagai contohnya kekuatan dan kelebihan serta aspek positif dari pesan itu sendiri.
 - c) Bisa dilanjutkan kembali sebagai usaha promosi dan iklan penjual lainnya.
 - d) Isi pesan ringan sehingga pesan cocok untuk khalayak yang memiliki pendidikan rendah, serta tidak memiliki pandangan negatif yang bertentangan dengan ide atau produk yang dipesankan.
 - e) Efektif untuk khalayak yang tidak memiliki atau tidak terkenal argument yang menantang (*counterarguments*).
- 2) Dua sisi (*Two Sided*), apabila pesan memiliki ciri sebagai berikut:
 - a) Penekanan pesan berada dikepentingan kedua pihak berkomunikasi.

- b) Kekurangan dan kelebihan akan ditonjolkan dalam pesan ini.
- c) Pesan ini cocok untuk disampaikan kepada khalayak yang memiliki pendidikan tinggi dan mempunyai pemahaman serta pengalaman dari pesan terkait ide atau hal yang dipesankan.
- d) Memiliki resiko dan mendapati pro kontra terhadap kedua komunikasi dengan apa yang dipesankan.

b. Urutan Penyajian (*Order of Presentation*)

1) *Climax*

Climax yaitu mengutarakan pesan maupun argumentasi paling penting ditempatkan pada akhir pesan. Hal ini lebih cocok bagi khalayak yang memiliki perhatian serta kepentingan tinggi terhadap ide atau hal yang disampaikan.

2) *Anti-climax*

Anti-climax mengandung beberapa hal yang merupakan kebalikan dari teknik *Climax*, yaitu penyampaian pesan atau argumentasi paling penting ditempatkan pada awal pesan.

2. Daya Tarik

- a. Ancaman (*Fear/Threat Appeals*), terdapat unsur yang dapat membangkitkan rasa ketakutan, ancaman, hingga kekhawatiran dalam pesan.
- b. *Emotional Appeals*, pesan yang memiliki daya tarik perasaan (emosional).
- c. *Rational Appeals*, isi pesan berupa hal-hal yang logis, fakta dan rasional.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep struktur dan daya tarik sebagai elemen pembentukan pesan yang kemudian dijadikan kategorisasi dari setiap konten yang ada pada akun Instagram @pcosfighterindonesia untuk dianalisis lebih lanjut. Konsep ini juga relevan dengan penelitian ini, sehingga dipergunakan juga untuk menjawab rumusan masalah.

2.2.4. Pesan Edukasi

Menurut Onong Efendy (2017), Pesan merupakan elemen proses komunikasi sebagai perpaduan dari sebuah pemikiran dan perasaan seseorang melalui lambang, bahasa, atau lainnya yang disampaikan kepada orang lain. Sedangkan, Abdul Hanafi memberikan penjelasan bahwa pesan adalah sebuah produk fiktif nyata yang dihasilkan oleh sumber-*encoder*. Edukasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menanamkan pengetahuan, nilai-nilai, dan membentuk kepribadian, sehingga dapat tercapainya keseimbangan dan kesempurnaan perkembangan pribadi dan sosial. Berdasarkan Departemen Kesehatan RI (2021), edukasi didefinisikan sebagai upaya meningkatkan dan melindungi seseorang atau kelompok dengan cara meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan meningkatkan kemauan yang didorong dengan ada faktor tertentu (Abdhuil, 2021). Dapat disimpulkan, bahwa pesan edukasi adalah perpaduan dari sebuah pemikiran dan perasaan seseorang melalui lambang, bahasa, atau lambang lainnya yang berisikan pengetahuan sehingga mampu meningkatkan pemahaman, kemampuan, dan keinginan yang didorong oleh faktor tertentu.

Dalam komunikasi kesehatan, pesan edukasi memiliki peranan yang penting dalam memajukan pemahaman masyarakat, dengan dilakukannya edukasi maka dapat menjadi langkah awal pencegahan agar terhindar dari penyakit. Kurangnya edukasi dapat membuat seseorang melakukan tindakan yang mungkin beresiko namun tidak diketahui sebelumnya, oleh karena itu edukasi dapat menjadi bekal untuk melangkah atau melakukan tindakan selanjutnya. Dengan adanya pesan edukasi kesehatan, diharapkan masyarakat lebih sadar akan pentingnya kesehatan. Pesan edukasi tidak hanya dapat diperoleh melalui pendidikan formal, namun saat ini dengan melalui jejaring media sosial pun sudah bisa memperoleh edukasi. Seperti halnya, akun Instagram @pcosfighterindonesia yang membagikan konten-konten berupa pesan edukasi dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan wanita dan kesadaran wanita terhadap PCOS.

Pemilihan konsep pesan edukasi karena penelitian ini akan berfokus pada konten-konten Instagram @pcosfighterindonesia yang mengandung pesan edukasi. Mengingat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan wanita

khususnya terkait PCOS membutuhkan edukasi, maka peneliti akan mendalami penelitian ini dari isi pesan edukasi.

2.2.5. PCOS sebagai Isu Kesehatan

PCOS (*Polycystic Ovary Syndrome*) adalah salah satu masalah Ginekologi yang sering terjadi pada perempuan yang berada pada usia reproduksi. PCOS ini terjadi saat ovum atau sel telur yang ada pada perempuan berkembang secara tidak normal yang diakibatkan dengan adanya ketidakseimbangan hormon sehingga mengganggu periode menstruasi dan disertai pembentukan kista multipel pada ovarium. Gejala terjadinya PCOS diantaranya, siklus menstruasi yang tidak teratur, terdapat pertumbuhan rambut berlebih (*hirsutisme*) pada wajah, dagu, dan kumis, mempunyai jerawat pada wajah, dada, dan punggung atas, kenaikan berat badan atau sulit menurunkan berat badan, rambut menipis atau terjadi kebotakan, kulit menjadi gelap di daerah lipatan, tonjolan daging yang bersifat jinak (*skin tag*) yang biasanya berada pada daerah ketiak atau leher.

Dalam mendiagnosis PCOS diperlukan beberapa kali kunjungan ke klinis untuk dilakukan pengecekan terhadap riwayat medis kesehatan pada pengidap, riwayat menstruasi, riwayat perubahan berat badan, cek laboratorium untuk pemeriksaan darah dan kadar hormon, hingga dilakukannya pemeriksaan *ultrasound* untuk melakukan pengecekan pada ovarium. Pengobatan yang dilakukan untuk wanita pengidap PCOS yaitu dengan perbaikan pola hidup sehat dan mengontrol berat badan. Selanjutnya, dilakukannya pemberian obat untuk membuat siklus menstruasi teratur melalui pemberian pil KB maupun terapi progrestin (Makarim, 2022).

PCOS bukan sekedar penyakit yang bisa disembuhkan, namun PCOS ini merupakan sindrom metabolisme tubuh yang dapat mengganggu sistem hormon termasuk hormon yang berkaitan dengan reproduksi. PCOS tidak bisa sembuh namun bisa dikendalikan sindromnya dengan manajemen pola hidup sehat yang berkelanjutan dan pengobatan medis yang diperlukan. Wanita dengan PCOS pun cenderung terkena resiko berbagai komplikasi penyakit, seperti diabetes tipe 2, kanker Rahim, hingga penyakit ginjal. Untuk itu, isu PCOS perlu diedukasikan

dengan baik agar masyarakat dapat lebih preventif dalam menghadapi kesehatan wanita khususnya PCOS (Suwarno, 2023).

2.2.6. Tanggapan Konten di Media Sosial

Tanggapan merupakan reaksi atau pendapat yang muncul diberikan oleh seseorang setelah melakukan pengamatan terhadap suatu objek, situasi, atau peristiwa (Fadlillah, 2017). Dalam konteks tanggapan terhadap konten di media sosial dapat mengacu pada pendapat, tanggapan emosional, atau evaluasi yang diberikan oleh seseorang terhadap konten yang mereka konsumsi di media sosial. Tanggapan menjadi salah satu interaksi yang dapat dilakukan di media sosial, dimana tanggapan tersebut dihasilkan seseorang berdasarkan sudut pandang dari modal sosial setiap individu yang kemudian disampaikan (Alyusi, 2016). Tanggapan terhadap konten dapat ditunjukkan melalui menekan tombol *like* dan memberikan pendapat pada kolom komentar.

Pengguna Instagram dapat secara bebas memberikan tanggapan atau mengutarakan pendapatnya terhadap konten yang diperoleh melalui kolom komentar. Tanggapan yang diberikan tersebut tidak selalu berupa ungkapan positif, tetapi terdapat juga pengguna media sosial yang memberikan tanggapan berupa ungkapan negatif. Penting untuk diingat bahwa tanggapan konten adalah subjektif dan dapat berbeda antara individu. Setiap orang memiliki persepsi dan preferensi yang unik, sehingga tanggapan terhadap konten dapat beragam. Untuk itu, dalam melihat tanggapan seseorang terhadap konten di media sosial dapat dibagi menjadi dua, yaitu (Arintowati & Wahyudi, 2022):

1. **Tanggapan Positif**

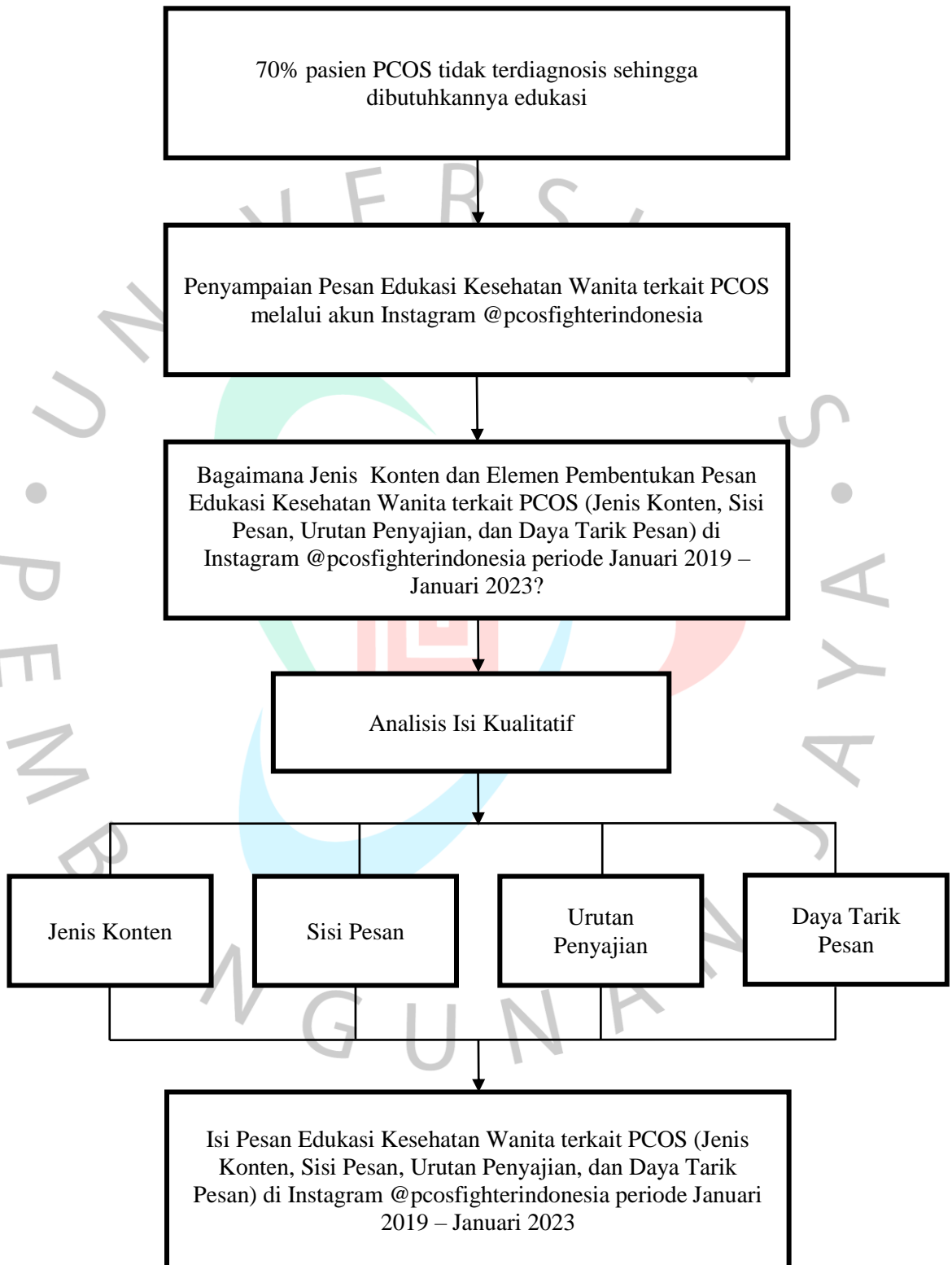
Tanggapan positif yaitu tanggapan yang mampu memberikan kesan baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Reaksi yang dihasilkan pada tanggapan positif, dapat berupa menyetujui atau menyukai konten tersebut, menunjukkan rasa simpati atas isu yang dibahas pada konten tersebut, dan ungkapan terimakasih atas informasi, hiburan, atau inspirasi yang diberikan oleh konten.

2. Tanggapan Negatif

Tanggapan Negatif yaitu apabila mengungkapkan tanggapan tidak setuju terhadap konten dengan menggunakan perkataan menghina, menyindir, dan menghasut orang lain untuk turut memberikan ungkapan negatif. Tanggapan ini juga ditujukan untuk melakukan elakan, menyudutkan pihak tertentu, dan memberikan hinaan hingga cacian.



2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir
(Sumber: Olahan Peneliti)

Berdasarkan kerangka pemikiran, penelitian ini hadir dari adanya fenomena kesehatan wanita terkait PCOS bahwa 70% pengidap PCOS tidak terdiagnosis sehingga dibutuhkan edukasi terkait hal ini. Apabila masyarakat memiliki akses kesehatan yang lebih baik dan memiliki kesadaran kesehatan yang lebih tinggi maka kasus PCOS pun akan lebih mudah terdeteksi, karena dalam menentukan seseorang terdiagnosa PCOS dibutuhkan beberapa prosedur yang dijalani. Kejadian PCOS diremehkan pada daerah lainnya yang belum memiliki akses kesehatan yang baik dan masih kurangnya kesadaran terhadap kesehatan, dan edukasi menjadi hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran kesehatan wanita terkait PCOS. Dalam melakukan edukasi dapat dilakukan lewat berbagai jenis media, salah satunya dapat menggunakan media sosial Instagram.

Terdapat akun Instagram @pcosfighterindonesia sebagai komunitas PCOS terbesar di Instagram yang mengunggah berbagai konten edukasi membahas terkait dengan kesehatan wanita khususnya PCOS. Konten-konten yang disajikan tersebut berdasarkan hasil riset jurnal-jurnal dan juga kolaborasi bersama tenaga ahli maupun rumah sakit.

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana Jenis Konten dan Elemen Pembentukan Pesan Edukasi Kesehatan Wanita terkait PCOS (Jenis Konten, Sisi Pesan, Urutan Penyajian, dan Daya Tarik Pesan) di Instagram @pcosfighterindonesia periode Januari 2019 – Januari 2023?”. Peneliti akan melakukan analisis isi konten Instagram @pcosfighterindonesia untuk dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. Adapun kategorisasi yang digunakan dalam analisis isi konten, yaitu jenis konten, sisi pesan, urutan penyajian, dan daya tarik pesan. Dengan dilakukannya penelitian ini, maka akan mendapatkan hasil penelitian terkait jenis, bentuk, dan penyajian Pesan Edukasi Kesehatan Wanita terkait PCOS (Jenis Konten, Sisi Pesan, Urutan Penyajian, dan Daya Tarik Pesan) di Instagram @pcosfighterindonesia periode Januari 2019 – Januari 2023.