

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperbanyak teori yang dapat digunakan untuk mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu dipilih karena kelayakan penelitian berkenan dengan prosedur penelitian dan hal lainnya yang belum jelas. Penelitian terdahulu bisa dapat mengubah arah penelitian, meningkatkan pengukuran, dan meningkatkan kepercayaan asumsi.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai teori-teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, peneliti akan menjabarkan penelitian terdahulu yang memiliki variabel yang hampir sama dengan judul peneliti

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul/Penulis/Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Pembeda Dengan Penelitian
1.	Pengaruh penggunaan media social TikTok @ekidarehanf terhadap kesadaran kesehatan mahasiswa mercu buana	Universitas Mercu Buana	Metode penelitian kuantitatif regerensi linear pada fungsi sebab dan akibat antar variable	Bedasarkan hasil penelitian pemanfaatan akun TikTok @ekidarehanf sebagai media informasi dikalangan <i>followersnya</i> adanya manfaat kesadaran kesehatan yang di butuhkan mahasiswa Mercu Buana	Untuk memiliki banyak pengetahuan diperlukan pemanfaatan dalam menggunakan media sosial, termasuk dalam pemilihan media sosial yang ingin digunakan untuk mendapatkan informasi secara lebih mudah dan cepat	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam memperoleh data yang diperlukan, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti.
2.	Intensitas menonton konten kecantikan terhadap impulse buying pengguna aplikasi tiktok	Universitas Fajar Makasar	Metode kuantitatif dengan uji analisis data menggunakan uji validitas	Bedasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh dari intensitas menonton TikTok		Pada penelitian ini menggunakan media social TikTok

		untuk melihat pengaruh antara dua variable X dan Y dan menggunakan metode survei	terhadap perlakuan inplusif buying, dan indicator terdapat pengaruh yang sangat signifikan terdapat perilaku influsif buying	sebagai media untuk mendapatkan informasi kesehatan seksual bagi para <i>followers @vahlevialan</i>
3.	Pengaruh Intensitas Menonton Konten TikTok terhadap Tingkat Kreativitas pada Mahasiswa di Yogyakarta	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Metode penelitian kualitatif, deskriptif, wawancara	Penelitian ini menggunakan informan mahasiswa dan peneliti menggunakan informan dari 2 generasi.

Sumber: Olahan Penelitian, 2023

Untuk penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai acuan adalah "Pengaruh Intensitas Menonton Konten TikTok terhadap Tingkat Kreativitas pada Mahasiswa di Yogyakarta". Yang ditulis oleh Imanen Yehu Tandipratama, pada penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh menonton konten TikTok terhadap tingkat kreativitas pada mahasiswa di Yogyakarta. Pada penelitian ini memiliki objek penelitian yang berbeda karena peneliti menggunakan objek penelitian yaitu akun TikTok @Vahlevialan.

Untuk penelitian selanjutnya adalah dengan judul "Pengaruh penggunaan media sosial TikTok @Ekidarehanf terhadap kesadaran kesehatan mahasiswa Mercu Buana". Pada penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, guna untuk melihat keterkaitan antara faktor variabel X dan variabel Y.

Dalam penelitian ini, merujuk pada sejumlah penelitian terdahulu yang telah dicantumkan didalam table penelitian terdahulu, penelitian tersebut menjadi rujukan karena menggunakan teori yang sama yaitu *Uses and Gratification*. Dan terlihat terdapat perbedaan penggunaan objek dan konsep yang di gunakan oleh peneliti. Dalam penelitian yang akan dikaji menggunakan objek akun dalam media

social TikTok yaitu @Vahlevialan dengan terkait peningkatan pengetahuan Kesehatan seksual. Dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dikaji dengan metode survey dengan melalui kuesioner yang disebarakan kepada beberapa responden yang telah ditentukan.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori *Uses And Gratification*

Asumsi dasar teori *Uses and Gratifications* terdapat lima. Salah satunya, yakni khalayak yang aktif dan penggunaan medianya dapat berorientasi pada tujuan. Kelima asumsi ini dicetuskan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori *uses and gratifications* ini menjelaskan bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan informasi pribadi dan sosial dari khalayak aktif dalam menggunakan media. Dalam teori ini, khalayak atau para pengguna media digambarkan memiliki peran penting untuk memilih serta menggunakan media sesuai dengan motif kebutuhan.

Teori uses and gratifications menyatakan bahwa khalayak mendapat pilihan alternatif dalam memuaskan kebutuhannya, termasuk untuk memilih serta menggunakan media. Yang terpenting dan utama dari teori ini adalah media bisa membantu khalayak untuk bisa menentukan media yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhannya. Ketika motif media sudah sesuai dengan kepentingan khalayak, berarti kebutuhan khalayak dapat terpenuhi. Pada akhirnya media dapat dianggap efektif dan bisa memenuhi kebutuhan khalayak. (Hans Karunia H, 2021).

Didalam teori *uses and gratification* khalayak dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, maka mereka memiliki tanggung jawab besar dalam memilih media yang akan mereka gunakan untuk bisa memenuhi kebutuhan mereka. Menurut dalam teori ini, individu sadar akan kebutuhan mereka dan paham bagaimana cara memenuhi kebutuhan mereka, dan media hanya sebagai perantara antara cara untuk pemenuhan kebutuhan dan para pengguna sebagai pemenuhan kebutuhan informasi mereka sendiri, dengan tidak menggunakan media atau menggunakan cara lain. Dan pada teori ini juga memberikan pengertian bahwa

penggunaan media diarahkan untuk dapat motif tertentu, motif yang digunakan oleh individu atau kelompok tertentu.

2.2.2 Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan adalah suatu kajian yang mendalam dan kompleks karena melibatkan berbagai jenis elemen mulai dari individu komunikator, pesan, hubungan personal, hubungan dengan ahli kesehatan, organisasi, media, budaya dan juga masyarakat (Littlejohn, dkk., 2017).

Komunikasi Kesehatan adalah salah satu sub bidang mengenai Kesehatan, komunikasi yang dibutuhkan untuk mengkondisikan dari factor-faktor dari kurangnya pengetahuan dari masyarakat terhadap Kesehatan ataupun penyakit, dan adanya tradisi kepercayaan yang negative mengenai Kesehatan, lingkungan dan sebagainya. Komunikasi Kesehatan merupakan proses penyampaian pesan mengenai Kesehatan oleh komunikator, melalui saluran komunikasi kepada para komunikan yang memiliki tujuan untuk mendorong perilaku manusiade mi tercapainya keadaan dan Kesehatan yang utuh. (Ramli,2022)

A. Fungsi komunikasi Kesehatan

a. Informasi

Fungsi utama yaitu adalah untuk penyampaian pesan atau informasi, atau menyebarluaskan informasi kepada masyarakat luas.artinya dengan penyebaran informasi yang luas dapat mempengaruhi ilmu yang akan diketahui oleh masyarakat luas.

b. Pendidikan

Fungsi yang selanjutnya adalah selain menyebarkan informasi juga sebagai sarana Pendidikan pesan mengenai Kesehatan, atau menyebarkan informasi yang bersifat mendidik bagi masyarakat luas.

c. Intruksi

Fungsi dari intruksi adalah fungsi komunikasi Kesehatan untuk memberi intruksi yaitu mewajibkan atau melarang penerima pesan untuk melakukan sesuatu yang telah di perintahkan.

d. Persuasi

Fungsi dari persuasi yaitu, fungsi komunikasi yang disebarluaskan yang dapat mempengaruhi atau mengubah sikap penerima agar dapat menentukan sikap dan perilaku yang diinginkan oleh komunikator.

e. Menghibur

Fungsi lain komunikasi Kesehatan adalah untuk menghibur, adalah fungsi dari komunikator untuk memberi pesan-pesan Kesehatan yang mengandung hiburan sehingga masyarakat dapat menikmati apa yang telah di informasikan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan konsep komunikasi Kesehatan dimana tujuan dari komunikasi Kesehatan sendiri adalah untuk menyampaikan informasi mengenai Kesehatan, dan yang kedua memiliki fungsi sebagai mempengaruhi orang lain, mulai dari pengaruh kognitif dan afektif.

2.2.3 Komunikasi Kesehatan dalam Media Baru

Media baru beroperasi dalam jaringan (internet) telah dimanfaatkan di kehidupan masyarakat, baik dalam ekonomi, sosial dan politik, maupun budaya. Dapat dimanfaatkan oleh individu, kelompok dan juga institusi. Internet tidak dapat dipisahkan dari wujud media baru saat ini layak sosial media, salah satu fungsi sosial media saat ini adalah sebagai sarana penyebaran informasi (Yuni,202).

sosial media telah menjadi media favorit dalam mengkomunikasikan pesan.Salah satu penyebabnya adalah karena sifat dari media online yang convergence. Terry Flew dalam bukunya *New Media an Introduction* mengungkapkan tentang sifat *convergence* ini. Dari uraian Terry Flew di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi informasi memungkinkan pengkonversian data teks, grafik, audio ataupun video ke dalam format digital. Informasi apapun, sepanjang sudah dikonversi ke dalam data digital akan mudah didistribusikan ke berbagai media dan perangkat digital.

Sebagaimana kita ketahui bahwa telepon seluler generasi sekarang memungkinkan penggunaanya untuk mengakses koran online (teks dan grafik), radio online(audio) dan juga TV online. Penyebaran informasi tersebut didukung dengan makin berkembangnya social media yang memungkinkan pemiliknya untuk

membagikan sebuah pesan. Peran media sosial sangat besar dalam mempengaruhi orang lain, maka dari itu, media sosial pun mempunyai fungsi yang fundamental bagi seorang motivator dalam mempengaruhi dan memotivasi audiensnya. Hanya dengan memunculkan beberapa headline atau artikel di Facebook, beberapa kicauan di Twitter, atau mengunggah video-video di YouTube, secara tidak langsung kita sudah bisa mempengaruhi orang lain, semudah dengan membuat mereka membagikan artikel tersebut ke sesama teman di akun Facebooknya, re-tweet kicauannya, mengunduh dan menonton video di YouTube, atau hanya menekan tombol “like”

Melalui media, penyebaran informasi Kesehatan dapat dilakukan secara massif. Perkembangan media massa terutama yang di tunjang dengan teknologi internet menjadi tantangan baru dalam dunia komunikasi Kesehatan. Disatu sisi menjadi keberadaan media baru ini dapat membuka kesempatan untuk penyebaran informasi Kesehatan menjadi lebih luas dan pengguna dari internet dan social media bisa menjadi kunci sukses dari kegiatan penyebaran informasi Kesehatan (Junaedi&Suktomo, 2018 :13)

2.2.4 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media yang memiliki beberapa fungsi dalam peranannya. Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, media massa juga menjadi sarana bagi pengguna dalam mencari berbagai informasi. Definisi sosial media tidak hanya merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli. Media sosial sendiri memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang telah didesign sedemikian rupa agar sosial media tetap pada fungsinya dan tetap pada tujuannya yaitu memiliki manfaat dalam kehidupan masyarakat.

Michael Cross (2013) – Media sosial merupakan sebuah istilah yang dapat menggambarkan bermacam-macam teknologi yang dapat digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, dan saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Karena internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan juga fitur yang tersedia bagi pengguna pun dapat mengalami perubahan. Hal ini dapat menjadikan

media sosial lebih hypernym dibandingkan referensi khusus terhadap berbagai penggunaan dan juga rancangan.

2.2.4.1 TikTok

TikTok merupakan aplikasi dimana pengguna dari aplikasi ini dapat berbagi video musik yang berdurasi pendek. TikTok sendiri diluncurkan pada September 2016, dan pada tahun yang sama aplikasi ini juga di luncurkan di Indonesia. Pada tahun 2018 aplikasi TikTok sempat diblokir oleh kominfo, karena aplikasi ini dinilai tidak ramah anak, hal ini diawali dari laporan para pengguna.

Hanya selang seminggu tiktok dapat dinikmati kembali oleh para penggunanya. Hal ini terjadi setelah TikTok melakukan negosiasi dan mengganti syarat dan ketentuan mengenai usia. Agar aksesnya terbatas sesuai dengan golongan usia.

TikTok sendiri diciptakan oleh Zhang Yiminng yang juga sebagai pendiri Toutiao, yang berasal dari Tiongkok, dan juga seorang pendiri perusahaan berbasis teknologi yaitu ByteDance. Aplikasi ini dulunya dikenal dengan sebutan douyin, dimana pengguna hanya dapat membagikan video pendek berdurasi 15 detik kepada pengguna lainnya. Saat ini aplikasi TikTok sudah diunduh sebanyak 100 juta unduhan pengguna playstore. Saat ini TikTok juga memiliki beberapa fitur diantaranya adalah:

1. Penambahan musik
Sesuai dengan penjelasan diatas tiktok merupakan aplikasi musik, dan salah satu fitur andalan tiktok adalah fitur penambahan musik, yang dapat dimasukkan kdalam video konten yang akan dibuat.
2. Filter pada video
Para pengguna dapat menambahkan filter pada video untuk mengubah tone dan warna pada video.
3. Filter stiker dan efek pada video
TikTok menyediakan setidaknya 5 kategori efek yang dapat Anda coba, diantaranya ada efek visual, efek sticker, efek transition, efek split dan juga waktu.
4. Auto caption

Tujuan disediakan fitur ini adalah untuk mempermudah semua orang sehingga dengan mudah dapat mengakses atau menikmati video yang dibuat, terlebih bagi mereka yang memiliki kesulitan mendengar.

5. Fitur live

Tidak banyak yang tahu, Tik Tok juga memiliki fitur live yang dapat oleh digunakan oleh penggunanya. Sayangnya, tidak seperti platform media sosial lainnya, tidak semua pengguna Tik Tok diizinkan untuk memulai Video Langsung di platform. Pasalnya hanya pengguna yang memiliki minimal 1000 followers yang bisa melakukan live di Tik Tok.

Peneliti menggunakan konsep ini karena dapat menggambarkan bagaimana proses penyampaian sebuah informasi melalui teknologi digital atau perangkat langsung yang terhubung dengan internet. Konsep ini sesuai dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu menggunakan platform TikTok sebagai salah satu media atau 27 platform penyedia dan penyebar informasi yang sifatnya cepat untuk menjalin komunikasi antara komunikandan komunikator.

2.2.5 *Influencer*

Influencer merupakan seorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang tergolong banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku para pengikutnya. (hariyanti&Wirapraja, 2018:141)

Influencer adalah orang yang memiliki kemampuan atau kekuatan untuk mempengaruhi orang lain karena kapasitas yang dimiliki oleh mereka. Kapasitas yang dimiliki adalah berupa otoritas, pengetahuan, posisi, atau hubungan dengan audiens. *Influencer* juga dapat mengubah cara berfikir maupun cara bertindak para pengikutnya. Perubahan yang dilakukan dapat dilihat dari beberapa aspek kehidupan orang tersebut. Tidak hanya perubahan yang bersifat komersial namun juga yang berupa ideologi. (hariyanti&Wirapraja, 2018:141)

Penting untuk dicatat bahwa para *influencer* bukan hanya dapat dijadikan sebagai alat pemasaran semata. Lebih dari itu, mereka juga merupakan aset social relationship yang dapat diajak berkolaborasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Terdapat beberapa jenis influencer berdasarkan jumlah *followers* yang mereka miliki:

1. *Influencer* mikro: adalah seorang *influencer* yang memiliki jumlah *followers* hanya berjumlah sekitar 10 ribu pengikut. Atau bahkan dibawah itu, namun *influencer* mikro dirasa lbih mudah atau lebih memahami para *followersnya* karena lebih mudah untuk berinteraksi dengan para pengikutnya. Sehingga para *followers* mikro ini dengan mudah membuat konten yang lebih relvan terhadap para pengikutnya.
2. *Influencer* makro adalah *influencer* yang memiliki jumlah *followers* lebih dari 100 ribu pengikut. Dan biasanya *influencer* makro adalah orang yang sudah dikenal luas, walaupun belum setenar kalangan selebritis. Dengan jumlah pengikut yang relatif banyak, jenis influencer ini mmiliki potensi untuk mempromosikan produk kebanyak orang. Selain itu dengan kekuatan yang mereka miliki dapat membuat pruduk atau brand terlihat eksklusif.
3. *Influencer* premium adalah top *influencer* dengan jumlah *followers* yang paling banyak. *Influencer* ini memiliki jumlah pengikut jutaan, Persentase pembelian produk dari rekomendasi *influencer* premium mungkin tidak sebesar *influencer* lain, namun masih tetap menjanjikan.

Melihat banyaknya pengguna tiktok dapat disimpulkan bahwa TikTok adalah aplikasi yang saat ini digandrungi di masyarakat. TikTok juga dapat diolah sebgai media pembelajaran dan media untuk mndapatkan informasi dan pengetahuan yang intraktif. Karena pemilihan aplikasi yang mudah diakses para pengguna TikTok, sehingga informasi maupun pengetahuan dapat diakses oleh pengguna.

Konsep ini berkaitan karena pada penelitian ini *influencer* berperan aktif dalam menyebarkan informasi dan mempengaruhi para audience atau para pengikut aktif dari akun @Vahlevialan. .

2.2.6 Intensitas Menonton

Intensitas merupakan keadaan atau tingkatan ukuran, yang dimaksud tingkatan ukuran sendiri adalah seberapa seringnya menonton video TikTok. Menonton adalah sasaran stiap program siaran yang memiliki sifat heterogen, oleh

karena itu agar dapat lebih afektif dalam penerimaan pesan. Sehingga menonton dapat memberikan umpan balik, sehingga dapat digunakan sebagai bahan upaya penyempurnaan.

Perkataan intensitas sangat erat kaitannya dengan motivasi, antara keduanya tidak dapat dipisahkan. Intensitas merupakan realitas dari motivasi dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan yaitu peningkatan prestasi, sebab seseorang melakukan usaha dengan penuh semangat karena adanya motivasi sebagai pendorong pencapaian prestasi.

Intensitas menonton diartikan bukan hanya melihat sebuah tayangan namun juga secara intens memperhatikannya. Menurut Sari dalam menentukan intensitas seseorang dalam mengakses media dapat ditentukan dengan: penggunaan media, frekuensi penggunaan media, durasi seseorang berinteraksi dengan media (Wibawa, 2018).

Intensitas berarti kualitas dari tingkat kedalaman yang meliputi kemampuan, daya konsentrasi terhadap sesuatu, tingkat keseringan dan kedalaman cara atau sikap seseorang pada objek tertentu. Jadi, intensitas menonton televisi dapat dipahami sebagai tingkat keseringan (frekuensi), kualitas kedalaman menonton atau durasi dan daya konsentrasi untuk menonton (dalam Niki, 2013).

Berdasarkan aspek-aspek intensitas oleh Azjen (dalam Setiawan, 2005) di atas, maka untuk mengukur intensitas menonton video dengan empat indikator, yaitu:

1. Perhatian adalah tersitanya perhatian maupun waktu dan tenaga individu untuk menonton video tersebut yang telah disajikan.
2. Penghayatan yaitu pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru.
3. Durasi yaitu lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk menonton sebuah tayangan YouTube.
4. Frekuensi, merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target.

Peneliti menggunakan konsep tersebut guna untuk melihat pengaruh antara variabel X yaitu intensitas menonton terhadap Variabel Y yaitu tingkat pengetahuann kesehatan seksual

2.2.7 Tingkat Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu obyek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2014)

Dari empat jenis tingkatan pengetahuan, saat ini dibagi lagi menjadi enam tingkat, tingkat ini digambarkan dalam bentuk piramida, dimana tingkat dasar digambarkan lebih luas disbanding tingkat diatasnya, dan di uraikan sebgai berikut :

1. Mengingat : Hal yang paling dasar (meskipun dapat melibatkan informasi yang kompleks).
2. Memahami : Khalayak tahu lebih banyak tentang apa yang terkandung dalam informasi tersebut.
3. Menerapkan : Pada tingkatan ini, pengetahuan digunakan sebagai cara yang bary dan diterapkan sebagai memecahkan masalah yang lebih kompleks.
4. Menganalisis : Melibatkan pemecahan sebuah informaso menjadi beberapa bagian untuk dapat memeriksa secara individu dan untuk dapat melihat bagai mana informasi tersebut bisa saling terhubung antara satu dengan yang lainnya.
5. Mengevaluasi : Khalayak membuat penilaian tentang apa yang telah mereka temukan. Pada tingkatan ini memungkinkan khalayak membuat rekomendasi atau menyarankan ide-ide inovatif
6. Membuat : Pada tingkatan ini, merupakan tingkat yang paling akhir khalayak dapat mengatur ulang informasi yang telah mereka miliki kemudian menggabungkan dengan informasi yang telah didapatkan kemudin mencipkan hal yang baru (Ramlan E Effendi,2017).

Pengetahuan merupakan informasi atau maklumat yang dapat diketahui atau disadari oleh seseorang. Dan pengetahuan termasuk , dan tidak dapat dibatasi oleh deskripsi, hipotesis, konsep, teori, prinsip, dan prosedur yang benar atau berguna. Dari penelitian terdahulu yang menjadi acuan factor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa factor diantaranya :

1. Pendidikan : Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap serta tata lakuseseorang maupun kelompok dan juga sebuah usaha untuk mendewasakan diri melalui proses pengajaran dan pelatihan.
2. Media : Media yang secara khusus didesign untuk mencangkup masyarakat luas,
3. Informasi : Informasi merupakan sesuatu yang dapat diketahui, namu ada juga yang mengatakan informasi merupakan tranfer pengetahuan. Dalam arti lain yang diartikan oleh RUU teknologi informasi yang mengartikannya sebagai suatu Teknik nuntut mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, dan mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi tertentu.

Peneliti menggunakan konep tersebut karena berkaitan dengan Variabel Y yaitu Tingkat pengetahuan. Untuk melihat apakah akun TikTok @Vahleviaanakun ini dapat menjadi salah satu media guna meningkatkan pengetahuan para pengguna akun

2.2.8 kesehatan seksual

Oleh World Health Organisation, kesehatan seksual didefinisikan sebagai ‘suatu keadaan kesejahteraan fisik, mental, dan sosial dalam kaitannya dengan seksualitas’. Menerima seksualitas wanita merupakan bagian penting dari kesehatan2.3.7an emosional dan fisik, serta penting untuk memahami masalah-masalah yang umum dihadapi oleh wanita terkait dengan kesehatan seksual. Kesehatan seksual merupakan masalah kesehatan masyarakat, kesehatan seksual sendiri mengkaji berbagai macam masalah, termasuk infeksi menular seksual dan pemerkosaan. Program pencegahan dan penanggulangan terhadap IMS serta HIV-AIDS telah dilakukan bertahun – tahun di berbagai belahan dunia. Kajian terkait

IMS dan HIV-AIDS meningkat sejak kasus HIV/AIDS pertama di dunia, yakni pada tahun 1959 (Rosenthal, 2013).

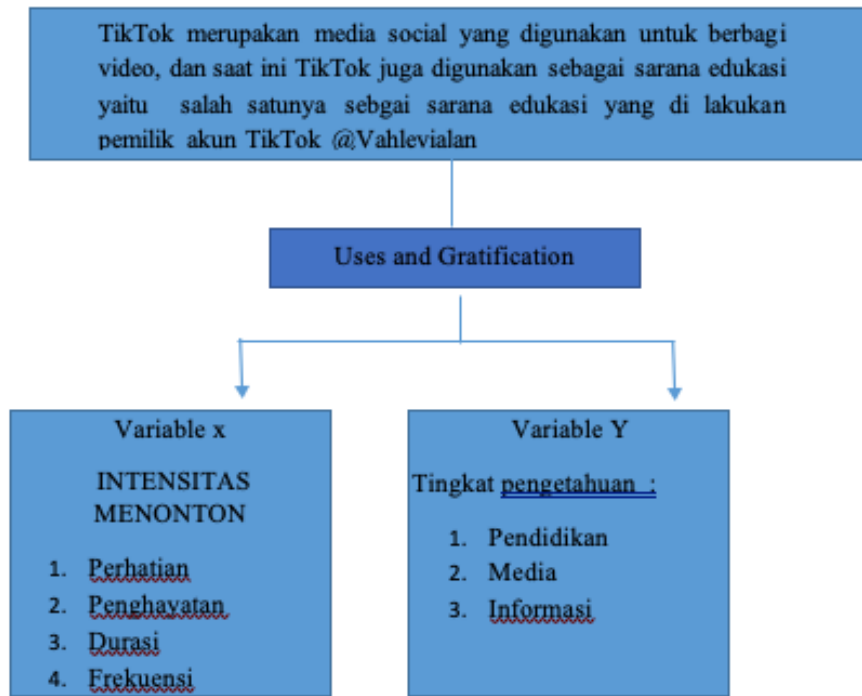
Peneliti menggunakan konsep Kesehatan seksual karena sesuai dengan rumusan masalah untuk mengetahui tingkatan pengetahuan mengenai Kesehatan seksual, para *followers* akun TikTok @Vahlevialan.

2.2.9 Video

Video adalah suatu bentuk teknologi untuk merekam, menangkap, memproses dan mentransmisikan serta mengatur ulang gambar yang bisa bergerak. Video tersebut dapat disimpan menggunakan signal dari film, video, televisi, video tape atau media non komputer lainnya. Setiap frame tersebut dipresentasikan menggunakan signal listrik yang disebut dengan gelombang analog atau video komposit yang telah mempunyai komponen-komponen dalam video seperti warna, penerangan dan kesinkronan dari setiap gambar nya Dalam multimedia, definisi video adalah sumber multimedia visual yang menggabungkan beberapa gambar menjadi satu kesatuan gambar yang bisa bergerak. Video mengirimkan sinyal ke layar dan memproses urutan tangkapan layar yang harus ditampilkan.(Purnama, 2013).

Peneliti menggunakan konsep video karena pada penelitian ini menggunakan media sosial TikTok dimana media sosial TikTok disajikan dalam bentuk visual berupa video, dan memiliki komponen penting dalam menarik audience.

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir