

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian, terdapat beberapa sebuah penelitian yang menjadi sebuah tinjauan literatur. Peneliti memiliki sebuah kaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

NO.	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan Dengan Skripsi Ini
1.	Permasalahan Sosial Di Akun Instagram Kepala Daerah (Analisis Isi Pesan Instagram @ridwankamil Periode Juni-September 2016) Muhammad Kholid Imawan Danuha 2018	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Pendekatan Kuantitatif metode analisis isi	Dari hasil isi permasalahan sosial pada akun @ridwankamil periode juni-september 2016 yaitu, kesehatan masyarakat, partisipasi politik dan pemerintahan, kemiskinan, kejahatan hidup, birokrasi, pendidikan, dan berbagai program pemetintah.	Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya melakukan peneliti sama dengan menggunakan unggahan instagran Ridwan Kamil menganalisis personal branding Jawa Barat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari permasalahan yang akan diteliti.
2.	Analisis Isi Komunikasi Akun Instagram Halodoc Kenaya Leon, Lady Joanne Tjahyana, Astri Yogatama 2022	Universitas Kristen Petra Surabaya	Pendekatan Kuantitatif metode analisis isi deskriptif	Dari penelitian ini menunjukkan Halodoc memiliki sebuah peran sebagai <i>telemedicine</i> tidak hanya bertujuan untuk bisnisnya atau fasilitas kepada masyarakat dengan membayar, melainkan memberikan banyak edukasi juga dan informasi mengenai kesehatan lewat poster atau video yang diberikan secara gratis.	Penelitian ini memberikan sebuah saran untuk halodoc untuk bisa mencoba mengunggah dari postingan yang mengenai sebuah pembinaan lingkungan hidup.	Perbedaan dari penelitian ini pada subjek penelitian

3.	Analisis Isi Media Sosial Instagram @kpukotasurabaya sebagai sarana komunikasi publik dalam pilwali kota surabaya tahun 2020 Heru Dwi Winarko 2021	Universitas Bhayangkara Surabaya	Pendekatan Kualitatif metode deskriptif	Dari penelitian ini penyajian data dalam melakukan penelitian terkait analisis isi media sosial @kpukotasurabaya untuk sarana komunikasi publik dalam pilwali tahun 2020, Analisis konten mengungkapkan bahwa pada setiap postingan memiliki makna dalam hal segi simbol dan coding. Dalam postingan Instagram @kpukotasurabaya tentang pilwali tahun 2020. Ditemukan makna tersembunyi di setiap gambar	-	Perbedaan dari penelitian ini subjek dan permasalahan pada penelitian
----	---	----------------------------------	---	--	---	---

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu, dengan menyusun dari sebuah penelitian dengan memasukkan penelitian terdahulu di tabel atas untuk digunakan dalam penelitian ini menjadikan sebuah gambaran atau acuan untuk penelitian yang masuk dengan analisis isi kuantitatif. Pada penelitian yang pertama yaitu, dari Muhammad Kholid Imawan Danuha yang dilakukan pada tahun 2018 Pada penelitian pertama yang mengenai permasalahan sosial di laman media sosial Ridwan Kamil selaku walikota Jawa Barat pada rentang waktu Juni-September 2016. Penelitian tersebut menerapkan pendekatan analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian berfokus pada kesehatan masyarakat, partisipasi politik dan pemerintahan, kemiskinan, kejahatan, masalah generasi, peperangan, birokrasi, pendidikan dan berbagai program pemerintah

Kemudian pada penelitian kedua yaitu, penelitian dari Kenya Leon, Lady Joanne, Tjahyana Astri Yogatama pada tahun 2022 dengan judul “Analisis Isi Komunikasi Akun Instagram Halodoc”, dalam penelitian ini, Halodoc memiliki sebuah fungsi sebagai *telemedicine* yang tidak dengan bertujuan memberikan fasilitas yang mempunyai unsur bisnis yaitu berbayar akan tetapi memberikan

fasilitas edukasi dan informasi mengenai kesehatan individu secara massif dan informatif melalui media-mediana

Dengan hal ini, ada pesan komunikasi yang sering terlihat di postingan sosial media halodoc dengan *the way we act* yang menjelaskan sebuah edukasi gaya hidup dan solusi untuk mencegah penyakit. Selanjutnya, dengan penelitian yang ketiga yang ditulis oleh “Heru Dwi Winarko pada tahun 2021 yang mengenai analisis konten media sosial Instagram KPU kota Surabaya sebagai sarana komunikasi publik pada tahun 2020 pada hal ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dapat menguji dari suatu proses pada produksi berita dari akun Instagram @kpkotasurabaya tersebut untuk sarana komunikasi publik.

Pada ketiga penelitian terdahulu yang ada pada tabel diatas, dijadikan sebuah refrensi atau acuan pada peneliti ketika ingin melakukan sebuah penelitian analisis isi juga dari akun Instagram @bkknofficial dengan adanya penyajian pesan masalah kependudukan dari perspektif yang berasal dari adanya tiga media yang berbeda, yaitu pada beberapa metode yang digunakan, perbedaan pada penelitian. Teknik pengumpulan dari sebuah datanya akan dilakukan dengan cara metode analisis isi kuantitatif.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Publik

Komunikasi publik sebuah kegiatan dalam memahami, menerapkan dan menyimpulkan sebuah kampanye komunikasi. Adanya kerangka untuk melayani dalam kepentingan umum. Dalam konteks program komunikasi publik digunakan dalam sebuah alat untuk bisa memberikan sebuah informasi, membangun hubungan, memfasilitasi adanya pembicaraan terbuka dalam organisasi (Mucharam, 2022). Untuk tujuan sebuah mencari solusi yang berkelanjutan atau jangka panjang. Komunikasi publik sebuah suatu proses dalam komunikasi dan dimana juga seorang pembicara bisa menyampaikan sebuah pesan-pesan kepada para audiens yang lebih besar.

Dengan memiliki sebuah ciri pada komunikasi publik yang berbeda dengan bentuk pada sebuah komunikasi seperti sebuah penyampaian pesan yang

berlangsung dengan berkelanjutan, bisa dilihat siapa yang berbicara dan interaksi pada sumber dan penerima juga terbatas, pesan dilakukan tidak berlangsung tapi terencana dan dipersiapkan memang juga sudah dari awal (Menurut Cangara, 2014,). Seperti, BKKBN yang sebelum menginformasikan untuk masyarakat sudah mempersiapkan dengan baik dan persiapan untuk informasi yang sesuai dengan konteks yang akan disampaikan untuk masyarakat.

Komunikasi publik untuk komunikasi dengan banyak orang, dalam komunikasi publik biasanya ada sebuah proses langsung seorang komunikator tanpa adanya perantara atau media untuk khalayak yang besar dan tidak langsung pada komunikator menggunakan sebuah media untuk digunakan dalam penyampaian sebuah pesan untuk menjangkau pada khalayak (Mucharam, 2022). Pada teori juga memiliki sebuah fokus dalam bentuk bagaimana komunikasi dan interaksi publik untuk bisa menjadikan masyarakat dalam mengikuti dan berpartisipasi dari informasi yang disampaikan mengenai publik mengenai kependudukan dan Kesehatan.

Komunikasi publik seperti juga dengan berbicara dengan umum yang merupakan bagian dari orang banyak. Komunikasi publik ini juga untuk mengkomunikasikan sebuah informasi, keyakinan dan ide untuk mendorong pemahaman, membangun sebuah komitmen dan memotivasi dari sebuah tindakan (Wood, 2013).

Penelitian ini, terdapat sebuah konsep dalam komunikasi publik digunakan juga sebagai payung dari sebuah komunikasi untuk bisa mempresentasikan atau memberikan sebuah gambaran informasi dari masalah yang ada. Seperti, bkkbnoofficial di dalam kontennya menjelaskan, dan memperlihatkan dari permasalahan yang terjadi mengenai isu kependudukan dan kesehatan (Rachmat Kriyantono, 2017). Dari konsep ini memiliki sebuah objek dari penelitian pada konten akun Instagram @bkkbnoofficial. Maka dari itu, peneliti merasakan bahwa pada sebuah konsep ini bisa digunakan dan cocok pada penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Pada teori dan konsep yang berkembang terus dengan menjelaskan pada sebuah fenomena.

2.2.2. Pengemasan Pesan

Menurut Effendy (Rastama, 2018, p. 30) dalam sebuah tujuan untuk menyampaikan pada pesan pada bentuk adanya pemikiran pada suatu bahasa yang bisa dipahami oleh komunikan. Encoding melibatkan pada kata-kata, struktur kalimat dan elemen lainnya digunakan oleh komunikator penyampaian pesan dengan efektif. Dari hal ini, merupakan sebuah tema dan bentuk dari sebuah pesan ini yang akan diberikan kepada masyarakat untuk bisa tersampaikan. Oleh karena itu, cara bagaimana komunikator mengemas pesan adalah hal penting untuk dilakukan.

2.2.2.1. Bentuk pesan

● Bentuk pesan dalam dunia komunikasi itu sangatlah penting, karena pada komunikasi antar dua belah pihak perlu adanya yang bisa menjembatani sebuah ide untuk seseorang (Widjaja, 2016). Maka dari itu, dalam melakukan sebuah komunikasi, unsur yang paling penting itu adalah mempunyai bentuk pesan. Karena, pada sebuah bentuk pesan yang disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang mudah dimengerti, kalimat yang sederhana dan sesuai dapat mudah dicerna oleh individu dan publik.

1. Informatif

Pada pesan yang menyajikan keterangan pada fakta dan data yang ada. Pada komunikan mengambil sebuah kesimpulan juga keputusan sendiri pada situasi tertentu pada pesan informatif yang lebih berhasil dibandingkan pada persuasif.

2. Persuasif

Pesan yang meningkatkan dalam pengertian dan kesadaran manusia dari apa yang sampaikan tentu bisa memberikan sebuah sikap yang bisa berubah. Namun, dalam berubah tersebut atas kehendak sendiri, perubahan yang ada tentu tidak paksaan, melainkan akan diterima dengan terbuka dari penerima pesan.

3. Koersif

Pesan bersifat memaksa dalam sebuah hal pada bentuk yang terkenal dari sebuah penyampaian pesan inti (Widjaja, 2016). Adanya hal yang bisa menumbuhkan sebuah tekanan batin dan ketakutan pada publik. Jadi, koersif merupakan sebuah bentuk dari perintah atau instruksi dalam penyampaian sebuah pada sebuah target.

2.2.2.2. Tema pesan

Pada peneliti ingin menganalisis pada akun Instagram @bkkbnoofficial, memiliki sebuah tema untuk dilihat tentu pada isi sebuah konten yang ingin digambar dalam bentuk sebuah video atau foto yang ada. Pada tema pesan ini memiliki pesan yang disampaikan dari komunikator untuk penerima pesan. Berikut merupakan sebuah beberapa tema pesan pada konten akun Instagram @bkkbnoofficial, yaitu sebagai berikut:

1. Stunting

Stunting yang memiliki sebuah kondisi gagal atau berkurangnya dari sebuah tumbuh kembang dari anak balita yang memiliki sebuah kekurangan dari gizi disaat mereka di dalam kandungan dan ketika dilahirkan memiliki sebuah kondisi stunting yang memang akan terlihat di usia 2 tahun. Stunting juga menurut kemenkes merupakan anak balita yang dinilai z scorenya memiliki kurang dari -200SD atau standar deviasi (stunted) dan kurang dari -300SD (*severely stunted*), maka pada anak balita pendek dan sangat pendek itu merupakan balita yang memiliki panjang pada badan atau tinggi badan yang memiliki umur yang kurang dibandingkan dengan standar pada baku WHO *multicentre growth reference study* pada tahun 2006 dan stunting juga pasti pendek, namun pada pendek juga belum tentu bisa saja karena memang gen (BKKBN, 2021).

2. Keluarga Berencana

Keluarga Berencana menurut UU No. 10 Tahun 1992 merupakan berkembangnya suatu penduduk, Pembangunan Sejahtera, dan peningkatan

kepedulian terhadap peran-peran masyarakat seperti usia perkawinan, pembinaan gaya keluarga, dan pengaturan kelahiran individu (Sari, 2017).

3. Pernikahan Dini

Pada pernikahan dini akan dilakukan dari salah satu pasangan yang memang memiliki dari usia di bawah umur seperti 17 tahun. Dari hal tersebut, di Indonesia pernikahan yang belum cukup umur banyak terjadi dan memiliki sebuah dampak yang cukup berbahaya dari aspek Kesehatan, psikologi dan mental (Petar, 2020).

2.2.3. Media Sosial

Menurut Mulawarman dalam Kosasih (2020) pada media sosial memiliki dua kata berdiri sendiri yaitu media dan sosial. Media yang dimaksud adalah fasilitas yang digunakan untuk berkomunikasi antar dua belah pihak atau lebih sedangkan sosial adalah aktor yang berinteraksi pada lingkungan pada media dan sosial. Maka dari itu, Media Sosial dijadikan sebagai fasilitas yang menyeluruh bagi para manusia sosial guna mempermudah bertukar informasi, bertukar pikiran, dan juga pendapat.

Media sosial tentu berguna dan ada sebuah pemanfaatan pada media. Terutama, pada media sosial bisa untuk menjadikan sebuah interaksi sosial dengan ada pada komunikasi dua arah, pada cara interaksi juga melalui *like*, *direct message*, atau dalam berbagi sebuah konten dari platform. Maka, pada media sosial juga mengalami ada pada suatu kemajuan dengan ketika melakukan untuk pemasaran, streaming, dan sebagainya (Ginting, R., 2021). Dalam era sekarang media sosial dengan berbasis menggunakan internet sebagai media untuk berkomunikasi yang sangat pesat setelah internet bisa di akses melalui *smartphone*. Media sosial berperan aktif sebagai alternatif online yang kuat dalam hubungan antar pengguna dan menjadi ikatan sosial yang mempresentasikan diri dan interaksi, bekerja sama dan komunikasi ikatan sosial di dalam virtual.

Media Sosial juga digunakan sehari-hari yang digunakan pada orang untuk bisa terhubung bersama dengan orang lain dan mengubah cara kita ketika ingin berkomunikasi, menyebarkan sebuah informasi, dan membangun dalam suatu

hubungan dari media sosial (Ginting, R., 2021). Media sosial bisa melakukan aktifitas dua arah dengan suatu bentuk pertukaran, kolaborasi, atau saling berkenalan atau komunikasi pada bentuk tulisan, visual maupun audiovisual.

Pesan merupakan sebuah hal yang bisa menjadikan sebuah informasi, gagasan, ide, dan adanya suatu opini dari seseorang komunikator kepada komunikan yang tentu untuk bertujuan untuk bisa mempengaruhi adanya pada komunikasi yang tentu untuk arah sikap yang diinginkan pada komunikator. Komunikator merupakan individu yang tentu bertanggung jawab dalam penyampaian sebuah pesan atau informasi orang lain dan audiens, komunikator tentu memiliki sebuah peran penting pada proses dalam komunikasi untuk pengiriman pada sebuah pesan. Komunikator juga merupakan pihak yang juga memegang sebuah peran yang sangat penting ketika ingin mengendalikan jalannya sebuah komunikasi yang ada.

2.2.3.1.Instagram

Merupakan platform dalam jejaring sosial pada aplikasi yang tentu merupakan salah satu dari media digital untuk mengunggah pada sebuah informasi atau komunikasi pada pesan untuk bisa melihat foto dan video. Menurut Macarthy (2015, p.191) Instagram merupakan sebuah aplikasi dari media sosial dalam melalui sebuah visual dan memiliki sebuah fitur yang banyak digunakan oleh banyak orang. Instagram juga biasanya digunakan untuk pribadi, promosi, berjualan dan banyak kegunaan yang dimanfaatkan dari Instagram untuk masyarakat atau seseorang yang menggunakan platform tersebut.

2.2.4. Instagram Sebagai Media Pemerintah

Instagram merupakan aplikasi bisa dijadikan untuk penyampaian sebuah pesan dan aplikasi media sosial yang landasi terhadap seseorang yang tentu menyukai visual dan dalam Instagram memiliki fitur yang banyak dan disukai oleh banyak pengguna Instagram untuk dijadikan dalam mengabadikan sebuah foto, video yang akan diunggah ke halaman *feed* yang bisa dilihat oleh banyak orang yang menggunakan Instagram. Instagram juga platform yang tentu bisa digunakan

untuk sebuah aktivitas dalam pemasaran dengan cara *online* dan pada media ini juga cocok digunakan untuk alat promosi dalam pemasaran tersebut atau bisnis.

Instagram juga banyak digunakan pada Lembaga Pemerintahan untuk publikasi di dalam sebuah *feed*, dalam publikasi tersebut bisa seperti berupa foto atau video yang diunggah berupa konten yang menjadikan hal untuk bisa berupa hiburan, inspirasi, informasi, edukasi untuk hal yang sama sesuai dari konten yang akan diunggah menjelaskan tentang dari isi konten dan bisa seperti kesehatan, stunting, keluarga berencana, kependudukan yang memang sesuai dari BKKBN juga yang menjelaskan dari konten berupa penjelasan seperti kependudukan dan kesehatan masyarakat.

BKKBN merupakan sebuah Lembaga Negara yang bertugas dalam pengendalian sebuah pendudukan, kesehatan serta mewujudkan pada program-program keluarga berencana yang ada di Indonesia. BKKBN memiliki sebuah aplikasi Instagram yang memiliki sebuah konten sebagai publikasi pemerinah yang bertujuan untuk mengajak dan memberikan informasi untuk masyarakat terutama anak muda dan orangtua untuk ikut menjaga kesehatan dan kependudukan ketika mengikuti program atau kegiatan dari BKKBN yang sudah berikan. Terutama pada konten dalam Instagram BKKBN yang tentu memberikan banyaknya sebuah informasi untuk masyarakat mengenai seperti pernikahan dini, keluarga berencana, stunting dengan informasi bentuk konten melalui aplikasi Instagram.

2.2.2.3. Bentuk Konten

Pada bentuk konten yang ada dalam bentuk dalam proses dari digital yang bisa dilihat, diakses oleh masyarakat dari beberapa bentuk konten pada akun Instagram @bkkbnoofficial, yaitu sebagai berikut:

1. Video

Merupakan sebuah bentuk konten yang menggambarkan dari aktivitas seorang. Dalam konten Instagram @bkkbnoofficial juga pada video menggambarkan dari sebuah hal untuk masyarakat dengan memberikan hal mengenai kependudukan dan kesehatan juga seperti menangani stunting, keluarga berencana, kesehatan, pernikahan dini.

2. Tulisan

Pada sebuah tulisan ini dengan kata-kata yang memang dibuat oleh @bkkbnoofficial untuk sebuah konten menggunakan dari kalimat dan suatu bahasa yang tentu bisa mudah dipahami juga untuk para pengikut instagramnya.

3. Gambar

Suatu bentuk konten yang tentu bisa menggambarkan dari apa yang sedang diberikan dari @bkkbnoofficial untuk menangani sebuah kasus pendudukan dan kesehatan di Indonesia.

4. Kombinasi

Pada sebuah bentuk konten kombinasi ini ada pada suatu gambaran yang tentu bergerak dengan adanya sebuah tulisan dan bisa tidak bergerak juga dengan sebuah tulisan. Dalam suatu bentuk konten yang ada pada Instagram bisa ada audio dan juga tidak ada audio yang terdapat pada konten Instagram.

2.2.2.4. Jenis Konten

Pada media sosial memiliki beragam dari konten yang bisa dilihat dari jenis konten yang dibuat. Pada jenis konten yang ada dibuat untuk jenis konten yang akan diberikan pada akun Instagram BKKBN dengan jenis yang sesuai. Pada jenis konten ini disajikan untuk masyarakat atau *followers*. Namun, ada beberapa jenis konten dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Hiburan

Konten hiburan ini memiliki sebuah fungsi untuk *followers* bisa menjadi terhibur dengan melihat dari sebuah konten yang ada pada akun Instagram. Pada hal ini, memiliki seperti keseruan dari konten gambar, video atau tulisan yang ada di konten.

2. Informasi

Konten informasi ini memiliki sebuah fungsi untuk memberikan sebuah informasi seperti memberikan pengetahuan juga untuk masyarakat seperti

hal penting yang tentunya dengan informasi berupa fakta atau kebenaran yang ada.

3. Inspirasi

Konten inspirasi ini memiliki sebuah fungsi untuk bisa memberikan kepada masyarakat seperti dampak positif, memberikan inspirasi untuk masyarakat dengan berupa tulisan, gambar dan video.

2.2.5. Isu Kependudukan

Suatu masalah isu kependudukan di Indonesia memiliki seperti tingginya angka kelahiran, masalah jumlah pada penduduk, kesehatan, dan padatnya penduduk di Indonesia. Maksudnya, pada pertumbuhan penduduk selalu berkembang yang bisa menimbulkan tekanan pada sumber daya ekonomi yang kemudian bisa mempengaruhi kebijakan kesehatan dan disamping itu juga keragaman pada penduduk memiliki dampak besar pada perkembangan sosial.

Indonesia contohnya, pada 16 Juli 2023 penduduk Indonesia juga sampai 277.534.122 jiwa yang tentu menempati posisi keempat pada penduduk dunia dan angka ini juga menunjukkan kepadatan penduduk di Indonesia bisa menjadi sumber dari berbagai tantangan seperti pengelolaan sumber daya alam, pengangguran, pendidikan dan juga pada kesehatan (Maarif, 2023). Pada kependudukan ini merupakan gabungan atau orang yang berada di suatu wilayah memang terikat dari sebuah aturan yang berlaku dan merupakan individu yang suka saling berinteraksi dengan satu sama lain. Dari kependudukan memiliki permasalahan dari SDM dan terbesar masalah yang ada merupakan masalah dari kependudukan Indonesia.

2.2.6. Isu Kesehatan

Suatu masalah isu kesehatan yang ada di Indonesia dengan contohnya pada gizi buruk, stunting, perilaku gaya hidup sehat, kehamilan, menyusui, keluarga berencana, disabilitas dan masih banyak lagi. Faktor yang mempengaruhi dari tingkat rendahnya kesehatan di Indonesia. Dengan isu kesehatan bisa melakukan dengan cara bisa melakukan sosialisasi langsung dengan masyarakat mengenai

kesehatan, peningkatan layanan gratis, memberikan sebuah edukasi, kelengkapan dari fasilitas kesehatan.

Kesehatan juga bisa dilihat dari bagaimana seseorang dengan keadaan dari fisik, mental dan sosial, psikologis. Kesehatan juga termasuk bisa dengan seperti gizi, tumbuh kembang, atau Kesehatan yang memang menggambarkan pada diri seseorang bukan dari kelemahan atau kekutan yang ada. Pada kesehatan masyarakat memiliki fokus juga pada program kesehatan seperti pencegahan stunting untuk masyarakat. (Mahendradhata, Y., 2021).

2.2.7. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2019:221) definisi operasional memiliki sebuah bentuk yang ditetapkan peneliti bisa mempelajari dan dimengerti. Bisa digunakan untuk menjadi informasi mengenai suatu hal dan bisa ditarik kesimpulannya pada penelitian.

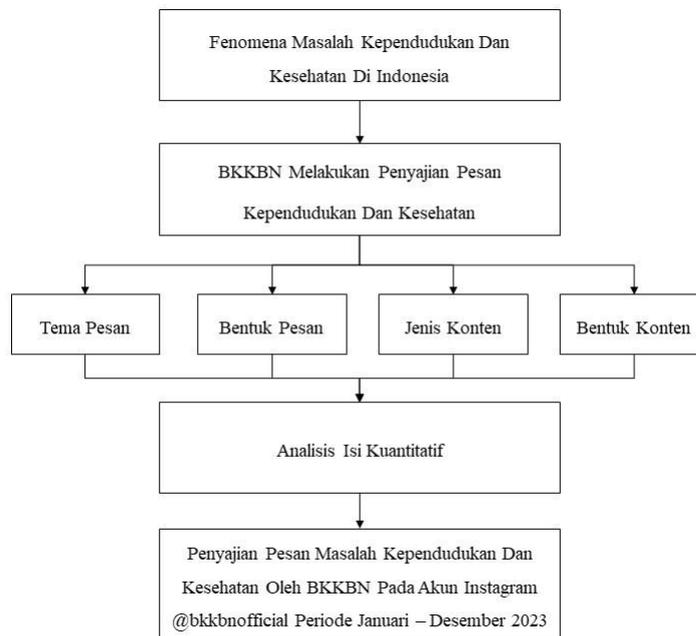
Konsep atau variable yang digunakan yang masuk dalam konteks pada penelitian merupakan dalam kependudukan dan Kesehatan. Yang Dimana, pada hal tersebut menjadikan adanya komunikasi untuk Masyarakat yang dimasukkan menjadi komunikasi publik. Dari hal tersebut, menjadikan adanya sebuah pesan yang dipegang kuat dan memiliki sebuah dampak positif untuk Masyarakat yang mengarah pada konten atau informasi yang diberikan melalui akun Instagram @bkkbnoofficial. Kemudian, pada indikator adanya dampak positif juga yang akan diberikan, merekomendasikannya untuk orang lain juga dan diri sendiri dari pengetahuan yang didapat, dan kemudian akan diterapkan dengan contoh bisa bagaimana mencegah stunting yang benar, bisa dengan cara memakan ikan lele atau dari protein telur dan perbaikan untuk diri sendiri mengenai kesehatan.

Dalam hal tersebut, memiliki sebuah adanya tingkat penyajian dalam sebuah pesan yang ada pada konten memiliki sebuah masalah dalam hal kependudukan dan kesehatan yang dijelaskan adanya sebuah informasi dari akun Instagram @bkkbnoofficial. Yang menjadikan, tingkatan pada pesan yang terdiri seperti adanya stunting, keluarga berencana, pernikahan dini, kependudukan, Kesehatan dan lainnya yang masuk ke dalam konten yang diteliti oleh peneliti.

No.	Kategori	Indikator	Bentuk
1.	Bentuk Pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informatif 2. Persuasif 3. Koersif 	<p>Pesan pada konten Instagram @bkkbnoofficial memberikan sebuah informasi dan ilmu pengetahuan baru atau informasi yang penting. Pada hal tersebut, terdapat sebuah fakta dan pesan yang diberikan.</p> <p>Konten yang ada di BKKBN merupakan konten yang bersifat mengajak dan bisa mempengaruhi masyarakat pada kesehatan dan kependudukan.</p> <p>Pesan dengan sifat memaksa dengan bentuk ancaman dan menjadikan masyarakat merasa tidak percaya atau takut pada ancaman atau sanksi yang ada.</p>
2.	Tema Pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stunting 2. Keluarga Berencana 3. Pernikahan Dini 	<p>Merupakan salah satu konten yang ada pada BKKBN mengenai pencegahan stunting untuk masyarakat.</p> <p>Pada keluarga berencana memiliki konten untuk mengedukasi seperti melakukan KB kepada keluarga untuk mencegah stunting.</p> <p>Konten BKKBN pada pernikahan dini memberikan suatu informasi dan penjelasan untuk anak muda atau usia muda mengenai pernikahan dini.</p>
3.	Bentuk Konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Video 2. Tulisan 3. Gambar 4. Kombinasi 	<p>Berisikan dari konten @bkkbnoofficial mengenai kependudukan dan Kesehatan.</p> <p>Bentuk dengan berupa tulisan pada konten @bkkbnoofficial dengan bahasa yang dipahami dan menunjukkan tentang kesehatan dan kependudukan</p> <p>Dengan konten berbentuk apa yang dilakukan oleh BKKBN, seperti ketika mendatangi warga atau Pemerintah dan Jokowi memberikan penjelasan mengenai kesehatan kependudukan.</p> <p>Bentuk konten yang merupakan gabungan seperti gambar, tulisan dan video, audio.</p>
4.	Jenis Konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hiburan 2. Informasi 3. Inspirasi 	<p>Konten Ketika <i>followers</i> atau Masyarakat terhibur dengan melihat konten.</p> <p>Konten informasi sebagai informasi untuk masyarakat untuk hal penting dan berupa fakta.</p> <p>Konten ini memberikan kepada masyarakat dengan ajakan dampak positif.</p>

Tabel 2.3. Definisi Operasional

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Pada pengembangan kerangka berpikir tentu saja didasarkan pada kehadiran penduduk dan juga konten mengenai kesehatan seperti stunting, keluarga berencana, pernikahan dini dan misi yang dimiliki oleh BKKBN. Kemudian, dari sebuah konten yang dimiliki juga memiliki postingan, *like*, pengikut, dan komentar dari masyarakat pada postingan BKKBN. Peneliti kemudian ingin mengetahui dari adanya penyampaian sebuah pesan publik yang dilakukan oleh BKKBN dari akun Instagram pada Periode Januari 2023 – Desember 2023.

Untuk dapat bisa menjawab sebuah pertanyaan, pada peneliti juga menganalisis dan menggunakan sebuah konsep seperti tema konten, bentuk konten, bentuk pesan. Maka, dapat mengaplikasikan untuk sebuah analisis isi dengan pendekatan yang digunakan. Dari hal tersebut, dengan menggunakan sebuah konten yang terdapat pada akun Instagram @bkkbnoofficial yang masuk dalam adanya sebuah pesan mengenai kependudukan dan kesehatan yang sedang dilakukan oleh peneliti dalam hal tersebut.