

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Munculnya media berbasis jaringan Internet atau media baru menjadikan sebuah informasi yang dibutuhkan mudah untuk ditemukan tanpa mengenal jarak, ruang dan waktu. Banyak orang mudah berkomunikasi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang tersambung ke Internet seperti halnya telepon genggam (*smartphone*). Media baru membuat manusia dapat menemukan berbagai macam informasi yang berhubungan dengan kesehatan secara praktis dan efektif. Peranan komunikasi dalam hal kesehatan ialah sebuah strategi komunikasi dalam menyebarkan informasi kepada individu ataupun masyarakat umum sehingga masyarakat dapat membuat keputusan yang baik terhadap usaha dalam memelihara kesehatan.

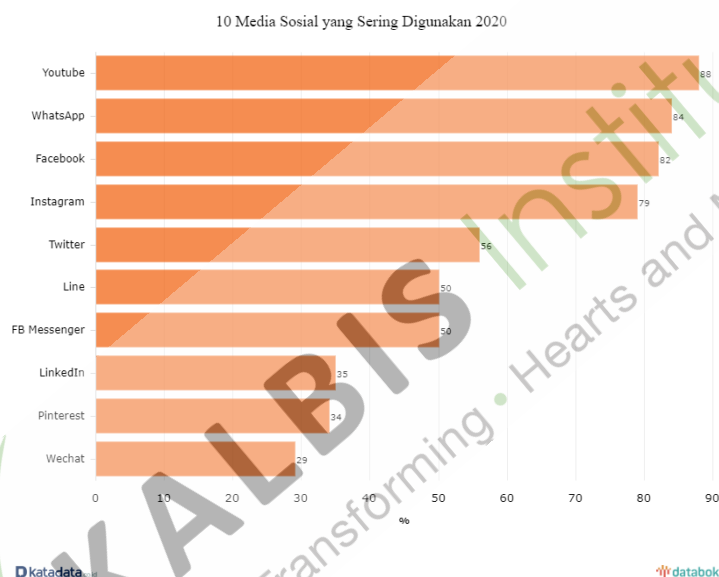
Hasil komunikasi kesehatan yang efektif dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan kesadaran tentang resiko dan solusi terhadap masalah kesehatan yang sedang dihadapi di lingkungan masyarakat. Hal itu juga memberikan motivasi agar masyarakat dapat berlaku hidup sehat dan untuk mengurangi resiko yang tidak di inginkan.

Menurut hasil riset WeAreSocial & Hootsuite pada akhir Januari 2020 menyebutkan, jumlah pengguna Internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang, sementara jumlah penduduk Indonesia sekitar 272,1 juta. Di bandingkan tahun 2019, jumlah pengguna Internet di Indonesia meningkat sekitar 17% atau 25 juta pengguna mengakses jejaring sosial. Banyak orang-orang yang menghabiskan waktu untuk menikmati media Internet tertinggi di Indonesia, yaitu rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu setiap harinya menggunakan Internet melalui perangkat apa pun selama 7 jam, 59 menit. Lalu kemudian rata-rata masyarakat menghabiskan waktu setiap harinya untuk menggunakan media sosial melalui perangkat atau platform apa pun yaitu 3 jam, 26 menit.

Adanya jejaring aplikasi media sosial membawa perubahan yang cukup besar dalam dunia komunikasi. Media sosial digunakan sebagai tempat bertukar pesan

ataupun informasi dan juga sebagai alat hiburan, hanya dengan melihat dan menikmati konten-konten yang terdapat dalam platform tersebut. Para pengguna media sosial datang dari berbagai kalangan dari remaja hingga dewasa, pria ataupun wanita dapat menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan hiburan tanpa adanya batasan apapun.

Media sosial Instagram merupakan sebuah platform media yang membagikan informasi berupa foto ataupun video dimana para pengguna dapat melihat, menonton, dan membagikan konten informasi tersebut secara gratis kapanpun dan dimanapun.



Gambar 1.1 Data Penggunaan Aktif Platform Media Sosial

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) (Jayani, 2020)

Menurut hasil data pada gambar 1.1, Instagram merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak keempat di Indonesia pada tahun 2020 atau sebanyak 79% (63 juta pengguna dari 160 juta pengguna aktif media sosial). Instagram sendiri dikenal sebagai jejaring sosial untuk berbagi berbagai macam informasi, konten pesan ataupun video.

Instagram selalu membuat sebuah inovasi yang terus menerus berkembang. Inovasi terbaru seperti fitur-fitur yang ada pada platform tersebut membuat penggunanya tidak merasa jenuh untuk menggunakan aplikasi instagram. Seperti salah satu contoh fitur di instagram yaitu IGTV atau *InstagramTelevision*. IGTV merupakan fitur sederhana yang dapat digunakan sebagai medium untuk menyajikan konten

atau muatan pesan berupa video dengan durasi yang cukup panjang yaitu 60 menit / 1 jam. Dengan penyajian durasi video yang lebih lama dibandingkan dengan fitur instagram lainnya, IGTV ini dapat memberikan penjelasan pesan dan informasi yang cukup jelas kepada audiens yang menonton IGTV tersebut.

Pada penelitian ini mengambil objek penelitian pada IGTV (*Instagram Television*) dalam sebuah platform Instagram yang menerapkan komunikasi kesehatan yaitu akun instagram @Temanbumil. Teman Bumil merupakan produk dari PT. Global Urban Esensial (GUE) yang dibuat khusus untuk membahas mengenai masa kehamilan dan perkembangan anak hingga usia 3 tahun.



Gambar 1.2 Instagram @TemanBumil

Sumber: (Instagram TemanBumil)

Teman bumil ini menerapkan komunikasi kesehatan seputar kehamilan dan tumbuh kembang anak melalui fitur IGTV (*instagram television*) dengan terdapat 61 konten IGTV (pada tanggal 4/4/2020). Akun Instagram @TemanBumil memiliki pengikut (*followers*) yang cukup banyak yaitu 495.000 *followers* (pada tanggal 4/4/2020) dan juga sudah mendapatkan verifikasi atau centang biru oleh pihak instagram yang memandakan bahwa akun tersebut adalah asli.

Tabel 1.1: 10 Konten IGTV @Temanbumil by GueSehat

No	Judul IGTV	Viewers	Likes
1.	Boleh Nggak Sih Ibu Hamil Makan Kerang?	70.525	3.291 Likes
2.	Tanda-Tanda Janin Masuk Ke Pinggul	62.700	3085 Likes
3.	Meningkatkan Berat Badan Janin	57.915	2607 Likes
4.	Cara Mendeteksi Plasenta Previa	56.297	2141 Likes
5.	Bumil Kerokan, Apa Bahayanya?	53.517	2410 Likes
6.	Tips Aman Melahirkan Normal	49.911	2765 Likes

7.	Waspada Coronavirus, Haruskah Kontrol Kehamilan Ditunda?	44.716	2.095 Likes
8.	Kenapa Mums Wajib Kontrol Kehamilan	47.424	1.803 Likes
9.	Tips Mengatasi Ambeien Saat Hamil	37.869	1.275 Likes
10.	Bahaya Asap Rokok Untuk Ibu Hamil	32.458	1.023 Likes

*Sumber: Olahan Peneliti*

Tabel 1.1 adalah 10 konten IGTV @Temanbumil yang memiliki *viewer*, *like* dan komen atau respon yang cukup banyak dari para *followers* @Temanbumil. Beberapa IGTV @Temanbumil tersebut memiliki 30.000–70.000 *Viewers*, 1.000–3.200 *likes*, beberapa komentar positif dan respon dari para *followers* @Temanbumil (pada tanggal 4/4/2020).

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, media baru atau media sosial secara efektif dapat menyebarkan informasi kesehatan kepada masyarakat secara luas dan bersamaan. Dalam penyebaran sebuah informasi, juga terdapat kepuasan dari sisi masyarakat terhadap apa yang diterima dari media tersebut. Maka dari itu dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas Motif dan Tingkat Kepuasan Pengguna IGTV @Temanbumil.

### 1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang di atas peneliti melihat dan menemukan adanya suatu fenomena, yaitu:

1. Apa saja motif pengguna IGTV @Temanbumil?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna IGTV akun Instagram @Temanbumil?
3. Adakah hubungan antara motif dengan kepuasan *followers* ibu hamil pada IGTV akun Instagram @Temanbumil.

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengukur motif dan juga tingkat kepuasan pengguna aktif media / *followers* IGTV akun Instagram @Temanbumil (survei kepada *followers* ibu hamil). Peneliti memilih para pengguna instagram ibu hamil karena para *followers* pernah menonton tayangan kesehatan kehamilan yang disampaikan pada media IGTV @Temanbumil.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui motif para pengguna IGTV @Temanbumil.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pengguna media pada IGTV @Temanbumil.
3. Mengetahui hubungan motif dan kepuasan pengguna IGTV @Temanbumil.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Manfaat pada penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk penelitian lainnya dalam bidang ilmu komunikasi mengenai tingkat kepuasan pengguna dalam sebuah media dan menjadi acuan untuk penulisan penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis pada penelitian ini agar bermanfaat menjadi masukan bagi pihak Teman Bumil untuk dapat lebih mengetahui motif dan tingkat kepuasan para pengguna media (*followers*) ibu hamil @Temanbumil. Selain itu juga bermanfaat bagi para ibu hamil lainnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam Bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang latar belakang masalah yang akan peneliti angkat yaitu motif dan tingkat kepuasan pengguna media (*followers*) IGTV @Temanbumil. Dalam bab ini juga terdiri dari rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara akademis ataupun praktis, serta sistematika penulisan dari penelitian ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini meguraikan tentang landasan teori, landasan konsep, kerangka pemikiran, studi penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan secara rinci tentang paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, definisi operasional, lokasi dan waktu penelitian, teknik pemilihan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta uji validitas dan reliabilitas.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai gambaran umum subjek atau objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini terdiri dari dua bagian yaitu kesimpulan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dan juga saran-saran untuk pengembangan topik penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat kedepannya.



**KALBIS** Institute

Transforming • Hearts and Minds