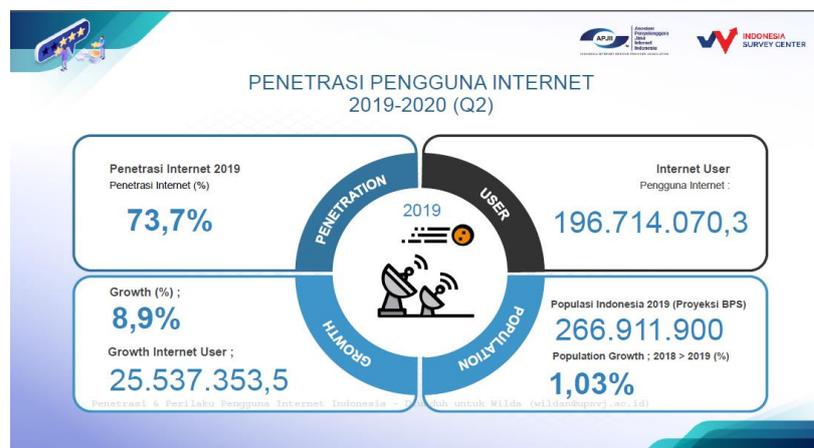


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi, internet sebagai salah satu media interaksi sosial telah terjadi di seluruh dunia. Menurut hasil survei *We Are Social* menyatakan bahwa, total populasi dunia sebanyak 7,81 miliar orang, jumlah orang yang menggunakan ponsel di seluruh dunia sebanyak 5,20 miliar dan pengguna internet secara global sebanyak 4,66 juta (Simon Kemp, 2020). Perkembangan pengguna internet juga terus bertambah, salah satunya Indonesia.



Gambar. 1 Pengguna Internet Tahun 2019-2020 (Q2)

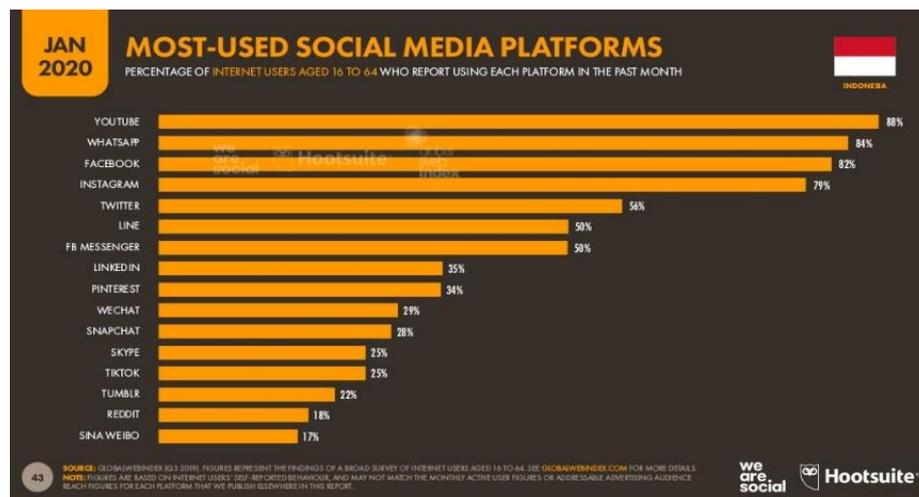
(sumber: <https://apjii.or.id>)

Berdasarkan gambar 1 di atas, laporan survei internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 (Q2) mencapai 196,71 juta jiwa atau 73,7% dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia meningkatnya pengguna internet. Kemudian, adapun jenis kelamin menurut BPS sebanyak 49,8% laki-laki dan 50,2% perempuan, serta menurut APJII tahun 2019-2020(Q2) sebanyak 49% jenis kelamin laki-laki dan 51% jenis kelamin perempuan (APJII, 2020).

Saat ini media baru yang memiliki banyak pengguna dan memiliki pengaruh yang cepat, media baru seperti media sosial dianggap efektif karena mudah di akses oleh siapapun dan dimanapun berada. Kaplan & Haenlin menyatakan “Pada

era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Arum Wahyuni P, 2017, hal. 212).

Mengutip dari *We Are Social* menyatakan bahwa, jumlah orang yang menggunakan media sosial di seluruh dunia telah tumbuh menjadi 4,14 miliar pada oktober 2020. Angka tersebut melampaui tonggak penting 4 miliar pengguna untuk pertama kalinya pada kuartal ini. Memang, data terbaru menunjukkan bahwa pertumbuhan media sosial sebenarnya semakin cepat (Simon Kemp, 2020).



Gambar. 2 Platform Media Sosial Yang Digunakan

(sumber: <https://datareportal.com>)

Berdasarkan gambar 2 di atas , layanan manajemen konten *Hootsuite* dan agensi pemasaran media sosial *We Are Social*, dalam laporan Digital 2020 di Indonesia. Terdapat bahwa peringkat pertama yang banyak digunakan oleh

pengguna di Indonesia adalah *YouTube*. Adapun mencapai 88% yang mengakses *platform* tersebut (Simon Kemp, 2020).



Gambar. 3 Pengguna Internet Tentang Menonton *YouTube*

(sumber: <https://apjii.or.id>)

Berdasarkan gambar 3, menurut laporan survei Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 (Q2) pengguna internet memiliki beragam jawaban mengenai menonton *YouTube*, berdasarkan gambar diatas terdapat 61,0% menjawab Sering, sebanyak 34,9% memilih Sesekali, dan 4,1% memilih tidak pernah menonton *YouTube*. Adapun sebanyak 49,3% orang memilih menonton video *online*, 0,7% radio *online*, 16,5% *game online*, 15,3% musik *online*, 6,0% pertandingan olahraga, 1,9% karaoke *online*, 1,5% lainnya, 8,4% tidak pernah berkunjung, 0% tidak tahu, dan 0,4% tidak menjawab (APJII, 2020). Secara umum, pengguna internet di Indonesia berpendapat bahwa *YouTube* memudahkan mereka dalam mencari konten yang menarik ataupun sering mengunjungi konten hiburan dengan cara menonton *video online*.

Salah satu *channel YouTube* yang sedang diperbincangan yaitu VICE Indonesia. VICE Indonesia adalah pengembang konten global yang berfokus pada kalangan muda berdiri pada tahun 2016, merupakan media pertama yang ada di Asia Tenggara. Media ini akan fokus pada pengembangan konten yang dapat meningkatkan bakat, seni, dan cerita tersembunyi masyarakat yang menceritakan keberagaman bangsa. VICE Indonesia mencoba menggunakan pendekatan

kalangan anak muda, guna membangun ketertarikan dalam melihat berita dari VICE Indonesia. VICE Indonesia menggunakan media *Website, Facebook, Twitter, Instagram dan YouTube* sebagai media penyampaian informasi. Saat ini berfokus pada dua *platform digital* utama, yaitu pada situs resmi yang secara khusus memuat konten berupa artikel-artikel kreatif dan lengkap menggunakan gambar ilustrasinya serta *platform YouTube*.

VICE Indonesia memiliki 785 ribu *subscriber* di *channel YouTube* nya, adapun mengupload banyak konten menarik dan membahas yang tabu di kalangan masyarakat Indonesia. Salah satu konten VICE Indonesia yang sedang kontroversial adalah konten seri “*VagCheck*”. Konten ini merupakan hasil dari kolaborasi antara VICE Indonesia dan Laurier Indonesia. Pada konten *VagCheck* yang di *upload Channel YouTube* VICE Indonesia membahas dan mendiskusikan tentang kesehatan reproduksi wanita terutama saat menstruasi. Selain itu, juga mengajak bagaimana pentingnya pengetahuan *personal hygiene* saat menstruasi dan mengingat areaewanitaan itu juga perlu dijaga, dan menyadarkan wanita agar untuk menghilangkan stigma bahwa pembahasaannya sensitif ini bukan lagi hal tabu. Sehingga wanita nyaman dan tidak malu membahas tentang kesehatan reproduksi wanita.

VICE Indonesia mencoba membuat konten dengan skenario yang unik dan menarik perhatian khalayaknya dengan menggunakan *host* seorang anak remaja, yang mana ini menjadi ramai diperbincangkan. Adapun konten tersebut terdapat 398.263 *views*, 8.6 ribu *like*, dan 1.386 komentar. Selain itu juga, media lain ikutserta menyebarkan konten *VagCheck* ini seperti Laurier dan Folkative. Dari sebagian banyak khalayak menganggap tidak sepatutnya membahas hal sensitif didepan anak dibawah umur, namun dilain sisi bahwa membahas kesehatan vagina terutama saat menstruasi itu penting dan memang sebaiknya diberi pemahaman sedini mungkin.

VICE Indonesia memberikan konten *VagCheck* bukan tanpa tujuan, hal ini sesuai dengan artikel promkes.kemkes.go.id (2018) mengutip bahwa “Kesehatan reproduksi adalah kondisi sehat secara psikis, sosial, dan fisik, yang berhubungan

dengan fungsi, proses, dan sistem reproduksi, baik pada pria maupun wanita untuk bisa bertanggung jawab dalam memelihara dan menjaga organ reproduksi. Khususnya bagi yang mengalami masa menstruasi, tentu penting sekali menjaga kesehatan reproduksi saat menstruasi. Mengingat saat menstruasi, organ intim rentan sekali terpapar oleh bakteri.”

Menurut Sinaga, E., et al (2017, h. 1-2) beranggapan bahwa “aspek kesehatan menstruasi merupakan bagian penting kesehatan reproduksi seorang perempuan, yang tidak hanya meliputi aspek kesehatan fisik, tetapi juga aspek kesehatan mental, spiritual maupun sosial. Seorang perempuan perlu mengetahui pola dan jarak dari menstruasi masing-masing, sehingga dapat menilai apabila terjadi hal di luar kebiasaan. Kewajiban menjaga kesehatan dan kebersihan terkait menstruasi sering diabaikan. Faktor yang menyebabkannya antara lain karena ketidaktahuan atau karena kurangnya perhatian dalam mengikuti apa yang seharusnya dilakukan”.

Adanya konten *vagcheck* yang dibuat oleh VICE Indonesia ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa masih minim edukasi mengenai kesehatan reproduksi wanita terutama saat menstruasi. Berdasarkan riset *The SMERU Research Institute* mengemukakan bahwa “Studi UNESCO tersebut juga mengungkap bahwa saat menstruasi, anak perempuan lebih memilih tinggal di rumah dan absen dari sekolah. Kondisi tersebut tidak terlepas dari terbatasnya fasilitas sanitasi di sekolah dan minimnya pengetahuan tentang menstruasi. Di banyak budaya, menstruasi dianggap sebagai hal yang tabu untuk dibicarakan karena dianggap sebagai sesuatu yang negatif, memalukan, atau bahkan kotor. Hasil studi UNICEF dan WaterAid tahun 2018 mengungkapkan bahwa 1 dari 3 perempuan di Asia Selatan tidak tahu apa-apa tentang menstruasi sebelum mendapatkannya, sementara 48% anak perempuan di Iran dan 10% anak perempuan di India percaya bahwa menstruasi adalah penyakit. Di Indonesia, menurut hasil penelitian UNICEF Indonesia tahun 2015, hampir 20% gadis di perkotaan dan perdesaan mempercayai menstruasi sebagai penyakit. Anak perempuan juga mengalami *bullying* atau perundungan/gangguan di sekolah

karena menstruasi dan mereka memilih tidak bersekolah saat menstruasi” (Hastuti, Dewi, R. K., & Pramana, R. P, 2019, h. 1).

Dampak dari kurangnya ketidaktahuan dan menganggap menstruasi hal tabu, dapat memengaruhi wanita seperti mudah menerima mitos yang ada. Dilansir dari arikel suara.com menjelaskan bahwa mitos berenang membuat menstruasi berhenti dan mitos lainnya mengatakan berenang saat menstruasi dilarang terutama berenang di laut karena mengundang hewan laut pemangsa datang menghampiri. Mitos- mitos ini dijawab oleh Michele Haughton, MD, dokter obstetri dan ginekologi dari Weill Cornell Medicine and NewYork Presbyterian, seperti dilansir dari *Womens Health Mag*, bahwa air tidak menimbulkan menstruasi berhenti, rahim wanita akan terus melepaskan lapisannya, baik di dalam air ataupun tidak. Sedangkan mengenai mitos aroma darah menstruasi hendak mengundang hewan pemangsa, itu juga sama sekali tidak benar. Disaat menstruasi wanita hanya mengeluarkan darah kurang lebih 60 mililiter atau sekitar 3-4 sendok makan, bahkan berenang nonstop selama 5 jam tidak akan membuat kolam renang menjadi lautan darah, sehingga sama sekali tidak ada kemungkinan darah menstruasi ini hendak menarik hewan laut pemangsa untuk mendekati (Rossa, 2019).

Akibat dari informasi yang kurang tepat, dapat membahayakan kesehatan vagina terutama saat menstruasi. Dikutip dari artikel hellosehat.com, beberapa resiko kesehatan yang mungkin terjadi akibat tidak menjaga kebersihan vagina disaat menstruasi yakni, akan lebih rentan mengalami vaginitis seperti infeksi *Bacterial Vaginosis* (BV), infeksi ataupun peradangan pada lapisan vagina, serta infeksi jamur pada vagina yang mempunyai indikasi seperti gatal, iritasi, keputihan, bau tidak sedap, dan rasa terbakar (Risky C. S, 2020). Mengutip dari artikel viceindonesia.com menyatakan bahwa faktanya 8 dari 10 wanita Indonesia rentan mengalami iritasi saat menstruasi, namun hanya 1 dari 8 yang menyadari. Iritasi biasanya disebabkan oleh area vagina yang lebih lembap selama menstruasi secara terus menerus, vagina bak organ tak terlihat sehingga belum banyak orang yang mengetahui cara merawat vagina dengan baik. Perlunya mengetahui edukasi

cara merawat vagina dengan baik agar dapat dilakukan, juga meningkatkan kesadaran pada kesehatan vagina (Priskila, A., 2020).

Dilansir dari artikel hellosehat.com beranggapan bahwa, menjaga dan merawat kesehatan kulit itu penting, akan tetapi cenderung wanita lebih fokus merawat kulit wajah di bagian tangan dan kaki saja. Padahal semua kulit di tubuh juga perlu dirawat, termasuk kulit di sekitar vagina. Banyak wanita yang mengalami keluhan seperti gatal-gatal dan ruam yang merupakan tanda iritasi pada vagina, yang dimana ini terjadi karena tidak fokusnya wanita pada kesehatan reproduksi wanita. Risiko iritasi pun semakin besar, ditambah dengan penggunaan berbagai produk yang menyentuh kulit vagina, seperti tekstur kain, celana, alat kontrasepsi seperti kondom dan pembalut. Kondisi tersebut bisa terjadi kapan saja, tetapi lebih sering dirasakan wanita saat menstruasi (Puji, 2020).

Salah satu cara untuk memberikan informasi yang benar tentang kesehatan menstruasi wanita adalah memberikan edukasi *personal hygiene*. Menurut definisi *personal hygiene* adalah suatu tindakan untuk kesehatan dan kebersihan seseorang terhadap kesejahteraan psikis dan fisik (Abdul Muhith, 2016, h. 223). Kemudian, menurut Patricia (2005) *personal hygiene* saat menstruasi adalah peningkatan kesehatan melalui penerapan *hygiene* yang dapat dilakukan disaat menstruasi. Oleh karena itu, *personal hygiene* saat menstruasi merupakan komponen penting dari *personal hygiene* dalam menjaga kesehatan termasuk pencegahan gangguan pada kesehatan vagina terutama saat menstruasi.

Adanya konten pesan VICE Indonesia seri “*VagCheck*” di *YouTube*, tentu diharapkan dapat memberi pengaruh terhadap sikap wanita dalam *personal hygiene*, yang bukan lagi menjadi perihal tabu. Selain itu, dapat menambah wawasan tentang *personal hygiene* terutama saat menstruasi sesuai akan kebutuhan informasi yang terbuka dan wanita dapat menyikapi dengan sebenarnya. Menurut para ahli seperti Luis Thurstone, Rensis Likert dan Carles Osgood, bahwa sikap ialah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak

maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak pada objek tersebut (Azwar, 2011, h. 4-5).

Alasan peneliti memilih konten pesan VICE Indonesia seri “*VagCheck*” di *YouTube* karena terdapat fenomena yang menarik dalam hal ini, yaitu media sosial sedang menjadi hal yang banyak digunakan dan dekat dikalangan masyarakat. Kemudian dengan adanya media sosial, segala informasi dapat tersampaikan dengan cepat. VICE Indonesia memanfaatkan media sosial khususnya *YouTube* untuk menyebarkan informasi salah satunya konten *vagcheck* yang membahas mengenai kesehatan reproduksi wanita saat menstruasi. Konten *VagCheck* di *YouTube channel* VICE Indonesia mendapatkan respon pro dan kontra karena host dari konten tersebut anak remaja, yang mana masyarakat Indonesia menganggap tabu dan sensitif membahas organ intim didepan anak kecil. Sehingga terdapat respon dari audiens VICE Indonesia menunjukkan bahwa ternyata konten *VagCheck* menarik perhatian sehingga mendapatkan banyak *views*, *like* dan komentar di *channel YouTube* VICE Indonesia serta media lain turut menyebarkan konten *VagCheck* seperti *Laurier* dan *Folkative*.

Selain itu, alasan peneliti memilih media *YouTube* VICE Indonesia karena VICE Indonesia memanfaatkan media baru (*new media*) sebagai media informasi untuk menayangkan secara penuh konten menarik dan berinteraksi dengan audiensnya, juga memanfaatkan media *YouTube* karena dapat menyebarkan informasi dan mudah diakses dengan cepat oleh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Konten Pesan VICE Indonesia Seri “*VagCheck*” di *YouTube* Terhadap Sikap Mengenai *Personal hygiene* (Survei Pada *Followers* Akun *Instagram @viceind*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang sebelumnya, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada Pengaruh Konten Pesan VICE Indonesia Seri “*VagCheck*” di *YouTube* Terhadap Sikap Mengenai *Personal Hygiene* (Survei Pada *Followers* Akun *Instagram* @viceind).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Konten Pesan VICE Indonesia Seri “*VagCheck*” di *YouTube* Terhadap Sikap Mengenai *Personal Hygiene* (Survei Pada *Followers* Akun *Instagram* @viceind).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan bidang ilmu komunikasi. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat dijadikan masukan, contoh, serta memberi pengetahuan dan tambahan informasi untuk peneliti yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti, untuk mengetahui dampak dari Pengaruh Konten Pesan VICE Indonesia Seri “*VagCheck*” di *YouTube* Terhadap Sikap Mengenai *Personal Hygiene* (Survei Pada *Followers* Akun *Instagram* @viceind).

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, diuraikan mengenai teori-teori antara lain definisi serta mendasari penelitian, kerangka berpikir, serta hipotesis dari penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis dari hasil penelitian yang disampaikan secara mendetail untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian, serta analisa data statistik.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini memuat referensi baik dari buku, jurnal, website atau sumber informasi lain yang digunakan oleh penulis selama proses penyusunan skripsi.

LAMPIRAN

Data-data pendukung penelitian yang digunakan sebagai pelengkap.