

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

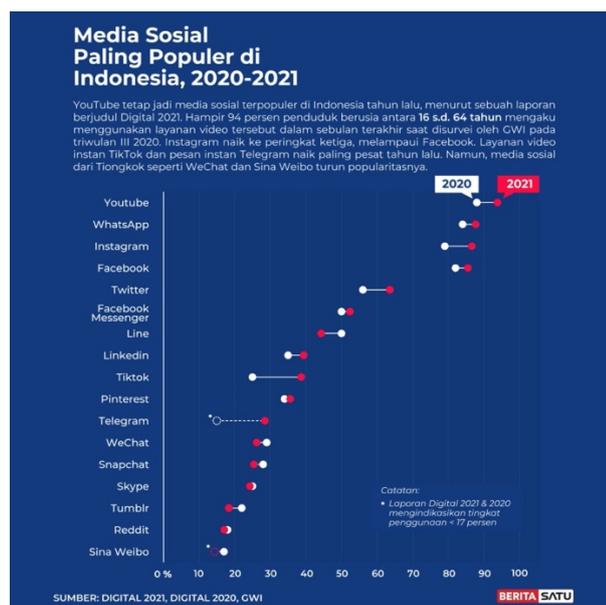
Pesatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi dalam beberapa tahun ini menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Berdasarkan data para peneliti dari lembaga survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyatakan bahwa pada tahun 2017, statistik pengguna internet di Indonesia berada pada kisaran 143,26 atau sekitar 54,68% dari total jumlah penduduk. Pengguna internet terbanyak berada di pulau Jawa, yaitu sekitar 58.08% dari total jumlah pengguna internet di Indonesia (Dewi, 2019). Peningkatan terjadi sangat pesat disetiap tahunnya, dilihat dari data terbaru yang dikutip Data Reportal pada Januari 2021 pengguna internet di Indonesia meningkat sebanyak 202,6 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 16% dibandingkan tahun sebelumnya (Dahono Y., 2021). Hal inilah yang membuat pada era 4.0 ini masyarakat tentu tidak bisa terlepas dari yang namanya internet. Penggunaan internet juga semakin dibutuhkan masyarakat dan tingkat kemajuan penggunaan internet telah menolong masyarakat untuk menjalankan aktivitasnya agar menjadi lebih praktis serta memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam berbagai bidang.

Media sosial merupakan bagian dari internet, yaitu sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari *Web 2.0* yang merupakan platform dari evolusi media sosial dan memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan, 2010). Media sosial digunakan oleh masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi dan untuk mendapatkan informasi karena kecanggihan media sosial yang dapat menyajikan informasi terkini yang mudah dijangkau oleh masyarakat secara luas. Terdapat berbagai macam jenis media sosial yang sering digunakan oleh

masyarakat Indonesia saat ini, diantaranya adalah *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Line*, dan lain sebagainya.

*Instagram* adalah media sosial gratis yang diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike muncul pada 6 Oktober 2010 (Pratama, 2018). Media sosial ini memiliki fitur yang bisa dipakai para penggunanya untuk membagikan foto dan video secara luas. Kini *Instagram* adalah salah satu media sosial yang semakin banyak penggunanya dan paling diminati oleh berbagai kalangan karena dilihat dari masyarakat Indonesia yang memiliki minat sangat tinggi dengan *Instagram* yang menjadikan Indonesia menjadi negara ke 4 melampaui jumlah pengguna *Facebook* di Rusia, Turki, Jepang, dan Inggris dengan pengguna *Instagram* terbanyak setelah negara India, Amerika Serikat, dan Brasil menurut artikel yang ditulis (Wardani, 2019) di Liputan6.com pada tahun 2020 sampai 2021 berdasarkan survei yang dilakukan GWI, *Instagram* menduduki peringkat ketiga setelah *Youtube* dan *Whatsapp* di daftar media sosial paling populer di Indonesia. *Instagram* kini tidak hanya menjadi wadah untuk pembentukan citra diri saja, melainkan memberikan informasi yang beragam dan luas, salah satunya yaitu informasi mengenai kesehatan telinga.

Gambar 1. Media Sosial Paling Populer di Indonesia, 2020-2021



Sumber: BeritaSatu.com, 2021

Cahaya Assyura, 2022

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN AWARENESS MASYARAKAT TERHADAP KESEHATAN**

**TELINGA: Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Instagram @ruangmendengar**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Menurut artikel yang diunggah di AntaraNews.com, Kementerian Kesehatan menilai kesadaran dan pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai kesehatan telinga dan upaya dalam mencegah gangguan pendengaran masih dinilai kurang. Padahal menurutnya, gangguan pendengaran merupakan penyebab tertinggi disabilitas secara global dan dampak yang ditimbulkan akan mengganggu kognitif, psikologi, dan sosial seseorang. Indonesia masuk kedalam salah satu negara yang tingkat gangguan pendengarannya tinggi selain Sri Lanka, Myanmar, dan India. Ketua Umum Perhati (Perhimpunan Dokter Spesialis Telinga Hidung dan Tenggorok Bedah Kepala Leher Indonesia) Prof. Dr. dr. Jenny Bashiruddin, Sp.T.H.T.K.L.(K) telah melakukan penelitian yang dilakukan secara daring dan membuktikan bahwa pengetahuan masyarakat Indonesia perihal kesehatan telinga dan gangguan pendengaran rendah. Dari 2.410 orang yang dimintai keterangan, didapatkan hasil bahwa 1.603 orang mengaku tidak mengetahui soal kesehatan telinga, 699 orang moderat, dan 108 orang mengetahuinya dengan baik. (Firmansyah A. , 2021)

Dalam artikel yang ditulis dan diunggah di *website* Rumah Sakit Islam “Assyifa” Sukabumi, menjaga kesehatan telinga sangatlah penting bagi setiap orang karena telinga adalah organ indera yang bertanggung jawab dan memiliki peran penting dalam pendengaran karena setiap bagian telinga memiliki peranan penting dalam menyediakan informasi bunyi ke otak. Berbagai macam gangguan pada telinga dan pendengaran dapat mengakibatkan beberapa kelainan, seperti penyakit infeksi telinga, telinga berdenging, masalah keseimbangan hingga gangguan pendengaran permanen atau tuli mendadak. Kesehatan telinga dan pendengaran yang baik dapat dicapai dengan melakukan kebiasaan yang baik dan sehat dengan didasari pengetahuan dalam hal kesehatan telinga dan pendengaran. (Khairudin, 2020)

Berangkat dari hal tersebut, maka media sosial *Instagram* dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi dan meningkatkan *awareness* kepada masyarakat terhadap kesehatan telinga karena hanya sedikit masyarakat yang mengetahui bagaimana cara menjaga kesehatan telinga dengan baik dengan

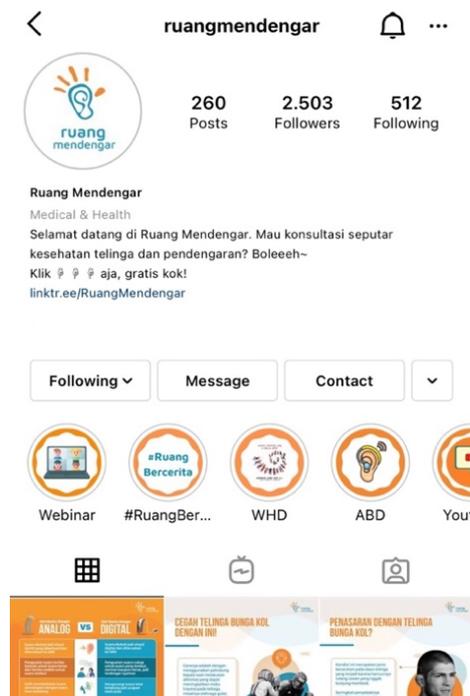
memberikan informasi atau konten mengenai hal tersebut. Kata *awareness* jika diartikan kedalam Bahasa Indonesia merupakan kesadaran. Menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2021) kesadaran diambil dari kata sadar yang berarti merasa tahu dan mengerti. Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka bagaimana masyarakat memiliki kesadaran terhadap kesehatan telinga melalui media sosial *Instagram*. Salah satu akun *Instagram* yang aktif dalam hal tersebut adalah akun *Instagram @ruangmendengar*.

Ruang Mendengar adalah *platform digital* pertama sebagai penyedia informasi seputar masalah pendengaran, melayani konsultasi dan pendampingan terdepan, terpercaya dan dapat diandalkan di Indonesia. Ruang Mendengar menyediakan layanan informasi kesehatan pendengaran yang kredibel guna mengedukasi masyarakat serta berpartisipasi aktif di komunitas pendengaran yang tersebar di penjuru Indonesia. Ruang Mendengar didukung penuh oleh para tenaga ahli medis profesional di bidang kesehatan pendengaran, *digital marketing* dan pengembangan pelayanan berbasis komunitas. Ruang Mendengar berdiri di tahun 2020 dengan tujuan untuk mengatasi persoalan yang terjadi pada akses layanan penanganan masalah kesehatan telinga dan gangguan pendengaran di Indonesia. Persoalan yang sering dihadapi pasien dengan gangguan pendengaran di Indonesia adalah belum tersedianya satu platform yang dapat memberikan akses menyeluruh baik berupa informasi tentang kesehatan telinga dan pendengaran, tes pendengaran dan rehabilitasi pendengaran yang ada di Indonesia serta kurangnya pemantauan perkembangan rehabilitasi pendengaran pada pasien.

Ruang Mendengar memiliki akun media sosial *Instagram* yaitu dengan nama *@ruangmendengar* yang telah memiliki 2.503 pengikut. Hampir setiap harinya Ruang Mendengar aktif untuk mengunggah konten yang berisikan informasi mengenai kesehatan telinga yang dapat mengedukasi serta dijadikan solusi ketika memiliki masalah pendengaran berupa informasi di *feeds Instagram*, *Instagram story*, dan *Instagram Live* yang juga kerap kali

berkolaborasi dengan pihak luar untuk membahas seputar kesehatan telinga dan pendengaran.

Gambar 2. Akun *Instagram* Ruang Mendengar



Sumber: [instagram.com/ruangmendengar](https://www.instagram.com/ruangmendengar), 2021

Ruang Mendengar juga sering kali mengadakan *Instagram Live* yang memiliki 3 program rutin untuk dilakukan diantaranya adalah #RuangBercerita, #RuangKonsultasi, dan #RuangTeknologi. #RuangBercerita adalah salah satu program yang hadir untuk *sharing* tentang pengalaman para orang tua tangguh selama proses membesarkan anak dengan gangguan pendengaran dan juga para anak tunarungu yang berhasil melewati perjalanan mendengarnya dengan sukses. Program ini kerap kali berkolaborasi dengan komunitas-komunitas tunarungu di Indonesia dengan harap mampu memberikan motivasi untuk orang tua lain yang memiliki anak dengan gangguan pendengaran. Lalu, #RuangKonsultasi adalah program dari Ruang Mendengar yang hadir untuk memberikan informasi seputar pendengaran danabilitasnya yang dibahas bersama para ahlinya dalam bidang kesehatan telinga seperti dokter THT atau

audiologi dengan harapan dapat membantu masyarakat Indonesia dalam mengatasi permasalahan telinga. Program #RuangTeknologi merupakan program yang hadir untuk memberikan informasi seputar teknologi pendengaran yang dibahas bersama para ahli pendengaran dengan tujuan mengedukasi masyarakat Indonesia.

Gambar 3. Konten *Instagram* Ruang Mendengar

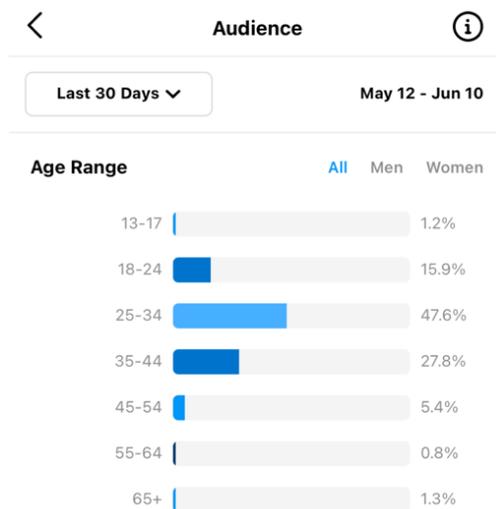


Sumber: [instagram.com/ruangmendengar](https://www.instagram.com/ruangmendengar), 2021

Gambar diatas adalah beberapa contoh dari konten di *feeds* akun *Instagram* Ruang Mendengar. Akun tersebut secara rutin mengunggah konten berupa informasi seputar kesehatan telinga maupun gangguan pendengaran dengan tujuan untuk mengedukasi para pengikutnya. Semua konten yang diunggah dikemas secara rapi, menarik, informatif, dan dapat dipercaya karena konten tersebut dibuat oleh *content writer* dan tim media sosial yang didukung juga oleh ahli medis di bidang kesehatan telinga seperti dokter THT dan *audiologist* sebelum konten tersebut dibagikan.

Sebelumnya peneliti telah melakukan pra-riset dengan meminta data mengenai pengikut akun *Instagram* @ruangmendengar. Berdasarkan data yang diperoleh dari akun *Instagram* @ruangmendengar, demografis dari pengikut akun *Instagram* @ruangmendengar pada bulan Mei sampai Juni 2021 paling banyak adalah kalangan dewasa dengan rentang umur paling banyak usia 25 sampai 34 tahun yaitu sebanyak 47.6% lalu diikuti usia 18 sampai 24 tahun sebanyak 15.9% dan usia 35 sampai 44 tahun sebanyak 27.8% dari total 2.503 pengikut di akun *Instagram* @ruangmendengar. Pengikut inilah yang ingin mengetahui informasi mengenai pendengaran, mereka yang memiliki masalah pendengaran, atau orang tua yang memiliki anak dengan gangguan pendengaran. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa media sosial *Instagram* dapat dijadikan solusi untuk mendapatkan informasi mengenai pendengaran masyarakat Indonesia dengan mengikuti akun *Instagram* @ruangmendengar. Berikut gambar yang memperlihatkan hasil dari data demografis pengikut akun *Instagram* Ruang Mendengar dilihat dari rentang umur para penggunanya pada bulan Mei sampai Juni 2021:

Gambar 4. Demografis Pengikut Akun *Instagram* Ruang Mendengar



Sumber: Ruang Mendengar, 2021

Berdasarkan pemaparan yang telah ditulis diatas, peneliti menilai fenomena dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan terutama studi

mengenai media sosial terkhusus *Instagram*, pengelolaan konten media, dan sebagainya. Serta bisa dikatakan pas dan menarik bagi para masyarakat Indonesia yang ingin memiliki pengetahuan mengenai kesehatan telinga dan pendengarannya dengan baik karena penelitian ini memberikan pengetahuan baru mengenai bagaimana media sosial dapat mempengaruhi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap kesehatan telinga dan pendengaran. Penelitian ini juga memberikan kebaruan bagi dunia ilmu komunikasi karena memiliki tujuan lainnya yaitu mengetahui motif yang melatarbelakangi Ruang Mendengar memberikan informasi mengenai kesehatan telinga dan pendengaran serta bagaimana cara mengelola konten yang informatif dan dapat diterima masyarakat. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun *Awareness* Masyarakat Terhadap Kesehatan Telinga (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial *Instagram @ruangmendengar*)”

## 1.2. Rumusan Masalah

Media sosial kini dapat dimanfaatkan dalam memberikan informasi di bidang kesehatan, maka berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat diperoleh sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana media sosial *Instagram* dari akun *@ruangmendengar* dapat dimanfaatkan dalam membangun *awareness* masyarakat Indonesia terhadap kesehatan telinga.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media sosial *Instagram* dari akun *@ruangmendengar* dapat dimanfaatkan dalam membangun *awareness* masyarakat Indonesia terhadap kesehatan telinga.

### **1.3.1. Tujuan Praktis**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini untuk dunia praktis di lapangan yaitu diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *Instagram* yang dapat dimanfaatkan untuk berbagi informasi mengenai kesehatan telinga.

### **1.3.2. Tujuan Teoritis**

Menggunakan teori *Uses and Gratification* dan Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly, tujuan penelitian yaitu menjelaskan bagaimana teori tersebut dapat digunakan untuk memahami fenomena yang ada. Teori dalam penelitian ini juga menjadi pedoman untuk menafsirkan data-data yang ditemukan di lapangan.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dari penelitian ini terdapat manfaat, baik secara akademis maupun praktis. Oleh karena itu, adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya, selain itu juga agar dapat memberikan suatu inovasi di dalam studi ilmu komunikasi terhadap pengguna media sosial khususnya *Instagram* dalam pemanfaatan media sosial sebagai media informasi.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pertimbangan bagi pengguna media sosial terkhusus *Instagram* yang ingin mendapatkan informasi mengenai kesehatan telinga.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam penyusunan proposal skripsi, maka peneliti membuat kerangka sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I**            **PENDAHULUAN**  
Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II**           **TINJAUAN PUSTAKA**  
Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.
- BAB III**          **METODE PENELITIAN**  
Bab ini meliputi metode pengumpulan data, penentuan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, dan waktu dan lokasi penelitian.
- BAB IV**          **HASIL PENELITIAN**  
Bab ini membahas mengenai seluruh hasil dari penelitian serta pembahasannya secara lebih mendalam.
- BAB V**           **PENUTUP**  
Bab ini membahas mengenai kesimpulan serta saran dari penelitian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi bahan referensi pendukung penelitian berupa judul buku, jurnal, skripsi, dan referensi lainnya yang dilengkapi dengan nama pengarang, tahun terbit, judul buku, judul penelitian, penerbit, dan lain sebagainya.

#### **LAMPIRAN**

Berisikan seluruh lampiran-lampiran bukti dan pendukung skripsi sesuai syarat yang ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.