

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era industri 4.0 saat ini penggunaan media sosial semakin luas. Banyak orang yang menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan sesuai dengan kebutuhannya, seperti berkomunikasi, mencari informasi, hiburan, dan berbagi informasi kepada sesama pengguna. Dikatakan demikian karena karakteristik media sosial yang bersifat mudah diakses, interaktif, dapat memasuki ranah privat individu, personal dan juga mampu mendorong demokrasi yang partisipatif (Venus, 2019). Keberadaan media sosial memberikan dampak yang besar dalam dunia komunikasi, salah satunya adanya perubahan dalam penyebaran informasi dari media konvensional menjadi media digital yang membantu masyarakat dalam mendapatkan kebutuhan informasi.

Media digital adalah format konten yang dapat diakses menggunakan perangkat-perangkat digital, media digital ini bisa berupa *website* dan juga media sosial. Hasil survei yang dilakukan We Are Social: “*Digital 2022: Indonesia*”. Pada tahun 2022 bulan Januari menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka 170 Juta (Kemp Simon, 2022). Media sosial dan segala pengaruhnya dapat mengubah dunia, bahkan dukungan atau gerakan massa bisa terjadi dengan adanya kekuatan media sosial. Media sosial mempunyai nilai sosial yang sangat tinggi sehingga mampu mempengaruhi opini publik, hal ini membuktikan bahwa media sosial memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi sikap dan perilaku publik.

Pertumbuhan media sosial di Indonesia dalam lima tahun belakang bisa dibilang berkembang sangat cepat dan meningkat, dari data yang didapat dari We Are Social: “*Digital 2022: Indonesia*”. Menunjukkan bahwa mulai dari tahun 2019 angka dan persenan pengguna media sosial di Indonesia selalu meningkat hingga tahun 2022 (Kemp Simon, 2022). Melihat tren seperti ini dapat dikatakan bahwa pengguna media

Prakoso Ariobimo, 2023

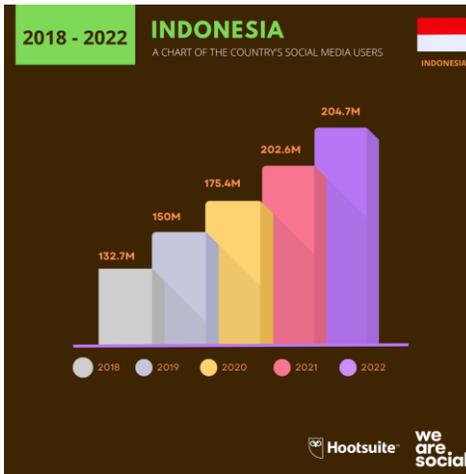
PENGARUH KONTEN KESEHATAN INFLUENCER @INO_GAOL TERHADAP SIKAP REMAJA (Survei Terhadap Followers Akun TikTok @ino_gaol)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

sosial di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Dalam 5 tahun terakhir kenaikan tertinggi terjadi dari tahun 2020 - 2021 dan mulai melambat pada 2021-2022. Dilansir juga dari We Are Social: “*Digital 2020: Indonesia*”. Rata-rata waktu masyarakat Indonesia berselancar di media sosial yaitu 3 jam dalam sehari (Kemp Simon, 2022).

Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial 2018-2022

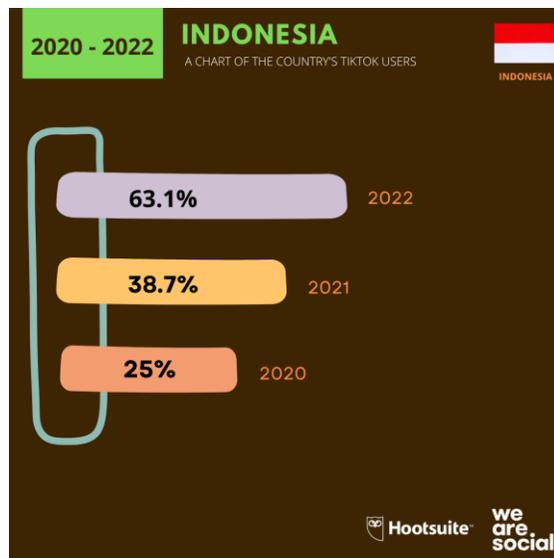


sumber: datareportal.com

Banyak orang yang mulai mengakses media sosial dengan berbagai tujuan sesuai dengan kebutuhannya, seperti berkomunikasi, mencari informasi, hiburan, dan berbagi informasi kepada sesama pengguna. Selain *facebook*, *instagram*, dan *twitter* media sosial yang sedang ramai digunakan oleh masyarakat adalah *TikTok*. Dilansir dari dataindonesia.id: “*Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia.*”, Indonesia menduduki peringkat ke-2 dengan pengguna *TikTok* terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat (Rizaty Movia, 2021). Selain itu dilansir dari teknoindonesia.com: “*Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y.*”, pengguna *TikTok* di Indonesia ternyata didominasi oleh para remaja dengan rentang usia 14-24 tahun. Sementara dari segi wilayah, pengguna *TikTok* di Indonesia berasal dari kota-kota besar. Hal ini dikatakan oleh *Head of Public Policy TikTok* Indonesia, Donny Eryastha, saat ditemui media di Jakarta, Selasa (11/2/2020) (Rakhmayanti Intan, 2021). Melalui

CNN Indonesia (2021) “*TikTok Aplikasi Terpopuler, Kalahkan WhatsApp dan Zoom.*” *TikTok* Menjadi aplikasi paling populer selama bulan Juni 2020 silam. Bahkan pengunduhan aplikasi *TikTok* mengalahkan *Zoom* dan *Instagram*. Pengguna *TikTok* di Indonesia pun meningkat cukup pesat dalam kurun waktu 1 tahun, data yang didapatkan dari We Are Social: “*Digital 2021: Indonesia*”. Pengguna *TikTok* di Indonesia meningkat 30% dari tahun 2021 ke tahun 2022 (Kemp Simon, 2021). *TikTok* dapat dikatakan berhasil menjadi sebuah media sosial baru yang digemari oleh para masyarakat khususnya kalangan muda, hal ini terbukti dari meningkatnya persentase pengguna *TikTok* di Indonesia.

Gambar 2. Persentase Penggunaan Aplikasi Media Sosial *TikTok* di Indonesia bulan Januari 2020 - Februari 2022



sumber: datareportal.com

Dilansir dari We Are Social: “*Digital 2022: Indonesia*,”. Alasan orang Indonesia menggunakan internet pada tahun 2022 ialah untuk mencari kebutuhan informasi (Kemp Simon, 2022). Selain berfungsi sebagai media hiburan, *TikTok* juga dapat dimanfaatkan untuk mengedukasi dengan cara menyebarkan informasi yang dibungkus dalam bentuk video singkat yang dibuat oleh para *online creators*-nya.

Mudahnya fitur pembuatan video di *Tiktok* membuat para penggunanya mudah dalam membuat karya berupa video yang berkualitas untuk di unggah dan disebarluaskan.

Tiktok menjadi sebuah wadah baru bagi para *content creator* dalam berkreasi. Hal ini membuat banyaknya orang yang ingin menjadi *content creator* di *Tiktok*, selain penggunaannya yang mudah, menjadi *content creator* di *Tiktok* bisa menghasilkan uang yang banyak sehingga hal tersebut bisa dijadikan sebuah pekerjaan. Fenomena ini menjadikan banyaknya konten yang bisa kita temukan di *Tiktok*. Para *online creator*-nya memiliki idenya masing-masing dan kebebasannya dalam membuat konten. Ada yang membuat konten hiburan, berdagang, dan ada juga yang membuat konten edukasi sehingga bisa bermanfaat bagi para penontonnya. Dilansir dari brilio.net: “*TikTok, Media Sosial Yang Juga Wadah Baru Bagi Industri Musik.*” Musisi ternama Charlie Puth sekarang juga menjadi *content creator* di *TikTok* untuk mempromosikan lagulagunya, terutama lagu terbarunya yang berjudul *Light Switch* yang berhasil menjadi viral karena promosi yang ia lakukan di *Tiktok* (Aziz Rino, 2022). Tidak hanya Charlie Puth, data yang didapat dari dream.co.id: “*Kala TikTok Ubah Passion Jadi Content Creator.*” Ada salah satu *content creator* di *Tiktok* yang bernama Hokagay awalnya ia adalah seorang lulusan sarjana psikologi yang bekerja di sektor sosial, tetapi sekarang sudah beralih menjadi seorang *content creator* ternama di *Tiktok*, Ia mengungkapkan awalnya Ia menggunakan *TikTok* hanya untuk *passion* dalam dunia kuliner. Tetapi karena kesuksesannya di *Tiktok* ia menyadari bahwa *Tiktok* telah menjadi landasan untuk mencapai mimpi-mimpinya, bahkan ia berhasil melakukan kolaborasi dengan idolanya yaitu Chef Arnold. Hal ini bisa terjadi karena dengan kemudahan dan kelengkapan fitur di *Tiktok* dan komunitas yang erat (Marwan Shania, 2020).

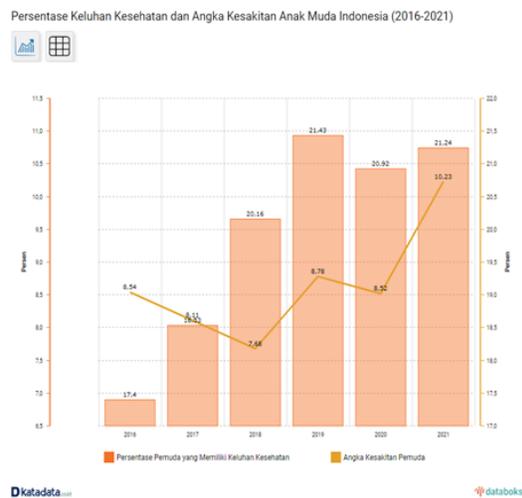
Salah satu *content creator Tiktok* Indonesia yang memberikan konten edukasi yaitu akun *Tiktok* @ino_gaol Ia mengkomunikasikan pesan edukasi yang dibungkus dalam konten *Tiktok* mengenai pola hidup sehat yang memungkinkan pengguna atau pengikutnya untuk menambah informasi dan pengetahuan bahkan bisa sampai memiliki sikap menjalani hidup sehat. Menurut pengamatan peneliti, konten yang disampaikan ino_gaol yang diunggah selalu mengundang partisipasi para pengguna

TikTok atau pengikutnya, bentuk partisipasi tersebut berupa *likes*, komentar dari para pengikutnya. Hal ini menunjukkan adanya partisipasi dari pengikut akun TikTok @ino_gaol terhadap konten Kesehatan yang di unggah pada akunnya. Konten Kesehatan yang disampaikan oleh akun TikTok @ino_gaol dibungkus dalam bentuk video yang disertai penjelasannya. Pada unggahan akun TikTok @ino_gaol memberikan informasi, edukasi dan juga mengajak masyarakat untuk menjalani perilaku hidup sehat. Pesan-pesan edukatif disampaikan dalam bentuk video.

Alasan peneliti memilih untuk membahas mengenai masalah perilaku hidup sehat pada remaja adalah karena Data yang ditunjukkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Pusat Statistik adalah Lembaga Pemerintah Nonkementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Sebelumnya, BPS merupakan Biro Pusat Statistik, yang dibentuk berdasarkan UU Nomor 6 Tahun 1960 tentang Sensus dan UU Nomor 7 Tahun 1960 tentang Statistik menunjukkan bahwa pada 6 tahun terakhir Kesehatan anak muda kian memburuk, hal ini dilihat dari adanya kenaikan persentase keluhan kesehatan dan angka kesakitan yang dialami laki-laki dan perempuan muda (15-44 tahun) selama periode 2016-2021. BPS mengartikan 'keluhan kesehatan' sebagai keadaan di mana seseorang mengalami gangguan kesehatan atau kejiwaan, baik keluhan fisik maupun psikis. Sedangkan 'angka kesakitan' merupakan persentase penduduk yang mengalami keluhan kesehatan hingga aktivitas sehari-harinya terganggu. Menurut data BPS, pada tahun 2016 persentase anak muda yang mengalami keluhan kesehatan berjumlah 17,4%. Lalu di tahun-tahun berikutnya terjadi trend peningkatan, hingga persentase keluhan kesehatan anak muda meningkat menjadi 21,24% pada tahun 2021. Hal serupa terjadi pada angka kesakitan. BPS mencatat angka kesakitan anak muda pada tahun 2016 hanya 8,54%, lalu meningkat menjadi 10,23% pada tahun 2021. Bahkan pada tahun 2023 di Indonesia kita masih mendapati beberapa kasus mengenai remaja yang harus berjuang melawan Obesitas, kurang lebih sudah ada 5 kasus remaja obesitas yang menjadi *headline* berita nasional. Hal ini menunjukkan bahwasannya masih kurangnya informasi kesehatan kepada para remaja (Nariswari Agatha, 2023). Faktanya, obesitas di kalangan remaja telah muncul sebagai salah satu

masalah kesehatan masyarakat paling serius di abad ke-21, bahkan *WHO* menyatakan bahwa obesitas sudah merupakan suatu epidemi global dan merupakan masalah kesehatan yang harus segera ditangani (Istiqamah, Sirajuddin and Indriasari, 2013; Kussoy, Fatimawali and Kepel, 2013; Güngör, 2014).

Gambar 3. Persentase Angka Keluhan Kesehatan dan Angka Kesakitan Anak Muda Indonesia (2016-2021)



sumber: katadata.co.id

Pemberian informasi atau pesan akan meningkatkan pengetahuan seseorang. Pengetahuan dapat menjadikan seseorang memiliki kesadaran sehingga seseorang akan berperilaku sesuai pengetahuan yang dimiliki. Menurut (Notoadmojo, 2011) Perubahan perilaku yang dilandasi pengetahuan, kesadaran dan sikap yang positif bersifat langgeng karena didasari oleh kesadaran mereka sendiri bukan paksaan. Pada pesan edukatif dan informasi yang diberikan oleh akun Tiktok @ino_gaol dalam setiap kontennya, diharap bisa merubah sikap khalayak, dan pada penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh pesan edukatif yang diberikan oleh *Influencer* di media

sosial *Tiktok*, dapat mengubah perilaku hidup khususnya pada remaja pengikut akun *Tiktok @ino_gaol*.

Alasan peneliti memilih akun *tiktok @ino_gaol* ialah karena dari observasi awal peneliti menemukan bahwa akun Tik Tok *@ino_gaol* sangat konsisten dalam membuat konten yang berisikan pesan edukatif mengenai hidup sehat, bahkan di salah satu konten yang diunggah *@ino_gaol* menunjukkan bagaimana perubahan fisiknya ketika sebelum dan sesudah memulai perilaku hidup sehat, terlihat perubahan yang sangat drastis pada *@ino_gaol* dari obesitas menjadi badan yang sangat ideal. Akun Tik Tok *@ino_gaol* juga sempat membuat *trend* di Tik Tok yaitu trend yang bernama “#modeino”. Akun *tiktok @ino_gaol* juga sering mengadakan *live Tiktok* yang berkaitan dengan memberikan pesan edukatif kepada para khalayak secara langsung. Karena hal tersebut lah saya tertarik untuk meneliti mengenai konten yang diberikan oleh *@ino_gaol* di media sosial Tiktok-nya.

Pada penelitian ini akan mengukur pengaruh konten kesehatan *influencer @ino_gaol* melalui media sosial Tik Tok. Berdasarkan data-data diatas menjadi dasar peneliti untuk meneliti pengaruh konten kesehatan yang diberikan oleh *influencer @ino_gaol* terhadap sikap remaja dengan mengukur pengaruh konten kesehatan tersebut. Apabila konten kesehatan yang diberikan oleh *influencer @ino_gaol* dapat mempengaruhi sikap dan t khalayak, khususnya dalam hal ini adalah *followers* akun tersebut, maka dapat dikatakan bahwa konten *@ino_gaol* dalam mempengaruhi sikap pada media sosial *Tiktok* adalah efektif. Tetapi, jika nilai pengaruhnya rendah maka bisa dikatakan bahwa konten *influencer @ino_gaol* belum efektif. Dasar peneliti konten kesehatan *@ino_gaol* adalah karena belum terukur.

Penelitian terdahulu yang sejenis menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian dan juga sebagai pedoman penulisan, penelitian terdahulu juga sangat membantu peneliti dalam menentukan kerangka berpikir. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang peneliti bahas yaitu “Pengaruh

Konten Kesehatan Influencer @ino_gaol Terhadap Sikap (*Survei Pada Followers Akun Tiktok @ino_gaol*)”

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad Fahri Ramadhan, Muhammad Ramdhani, & Wahyu Utami Dewi 2022) menunjukkan bahwa pada penelitian yang dilakukan dengan teori *Uses Effect* mempunyai hasil bahwa aplikasi *Tiktok* (Akun *Tiktok @tabu.id*) memberi pengaruh dalam mendapatkan informasi mengenai seks edukasi, hal ini dikarenakan mereka tertarik dengan video dan ilustrasi yang digunakan akun @tabu.id dalam mengunggah gambar guna memberikan informasi. Penelitian yang dilakukan (Lia Artikasari, Herlinawati, Enny Susilawati, Dita Mayang Sari, 2022) menunjukkan hasil bahwa video *Tiktok* memberikan pengaruh terhadap pengetahuan dan sikap ibu hamil tentang gizi selama kehamilan. Pada penelitian (Lutfiana Farisa, Tri Siswati, Slamet Iskandar) menunjukkan hasil bahwa media *Tiktok* lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan mengenai anemia dibanding media leaflet. Penelitian yang dilakukan oleh (Yanti Trianita, Ahmad Nasher, Marina, 2022) yang menggunakan teori *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten *Tiktok* dr. Yessica Tania terhadap kebutuhan informasi *followers*-nya. Hal yang sama juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh (Salshabilla, Diandra Nafia, 2022) menunjukkan hasil pokok bahasan dalam pesan pendidikan yang diberikan dan disampaikan oleh akun *Tiktok @christineang93* melalui akun *Tiktok*-nya mengenai Kesehatan mental sangat relevan dengan status pemuda Indonesia saat ini.

Tidak hanya Penelitian terdahulu dalam negeri yang menjadi acuan peneliti dalam menulis, penelitian terdahulu internasional juga menjadi acuan peneliti dalam proses penulisan. Penelitian yang dilakukan oleh (Chengyan Zun, 2019) menunjukkan hasil bahwa komunikasi kesehatan di *TikTok* mudah dipahami dan *Platform* ini dianggap sangat bermanfaat untuk digunakan untuk menargetkan para remaja. Penelitian yang dilakukan oleh (Basch H.C dkk, 2021) menunjukkan hasil *TikTok* memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan kesehatan masyarakat dalam berbagai segmen populasi masyarakat, karena jangkauan platform *TikTok* sangat luar biasa. Penelitian yang dilakukan oleh (Wen wen Kong, 2021) menunjukkan bahwa

kualitas informasi mengenai diabetes yang disebar pada platform TikTok dapat diterima oleh para penggunanya. Pada penelitian (Pudentiana Rr RE, 2022) menunjukkan bahwa media *TikTok* efektif dalam meningkatkan pengetahuan kesehatan gigi pada siswa SMA. Terakhir, pada penelitian (Corey H Basch, 2019) memberikan hasil bahwa media *TikTok* memiliki potensi, tidak hanya untuk menyampaikan informasi kesehatan yang penting, tetapi juga untuk mengatasi aspek-aspek pandemi *COVID-19* ini.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang sudah diuraikan terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian peneliti. Perbedaannya yaitu dari pemilihan subjek yang dipilih dan juga indikator variabel yang digunakan dan teori penelitian. Tetapi persamaan yang sama antara penelitian terdahulu dan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh pesan yang disampaikan di aplikasi *TikTok* terhadap pengetahuan, informasi khalayak. Pada penelitian ini peneliti berfokus kepada pengaruh pesan edukatif kesehatan yang disampaikan oleh *influencer* @ino_gaol mengenai perilaku hidup sehat dan peneliti ingin mengetahui pengaruhnya terhadap khalayak.

Dari uraian yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti akan melakukan penelitian menggunakan judul **“Pengaruh Konten Kesehatan *Influencer* @ino_gaol Terhadap Sikap Remaja (Survei Pada Followers Akun *TikTok* @ino_gaol).** Penelitian ini akan menggunakan populasi yang berasal dari *followers* akun *TikTok* @ino_gaol karena penyebaran konten dilakukan melalui media sosial *TikTok*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang sudah diuraikan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1.2.1. Bagaimana Pengaruh Konten Kesehatan @ino_gaol Terhadap Sikap Pada Remaja Follower Akun *TikTok* @ino_gaol?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka tujuan penelitiannya adalah:

1.3.1 Tujuan Teoritis

Untuk mengetahui Pengaruh Konten Kesehatan Influencer @ino_gaol Terhadap Sikap Pada Remaja *Followers* Akun *Tiktok* @ino_gaol

1.3.2 Tujuan Praktis

Untuk mengetahui mengenai pengaruh dari pesan / konten yang disebar di media sosial *Tiktok* oleh *content creator* terhadap, sikap khalayak khususnya pada *followers* akun instansi atau organisasi tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi pedoman bagi ilmu studi komunikasi khususnya dalam hal pengaruh konten kesehatan terhadap sikap khalayak yang dilakukan di media sosial dan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai pengaruh konten kesehatan yang disebar di media sosial *Tiktok* kepada sikap khalayak. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman terkait perilaku hidup sehat yang dilakukan oleh seorang *influencer* khususnya pada konten kesehatan yang disebar di media sosial dan pengaruhnya terhadap sikap khalayak.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini akan disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada dengan dibagi menjadi lima bab, antara lain:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi peneliti, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN:

Bab ini berisi tentang metode penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, metode dan pengumpulan data, metode analisis data, teknik analisis data, dan waktu & tempat penelitian diadakan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah diteliti. Terdapat hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden. Serta terdapat hasil uji-uji analisis data seperti uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian dan juga menyampaikan saran praktis dan teoritis.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini akan menyajikan seluruh referensi yang digunakan dalam penelitian ini baik dari buku, jurnal atau website.