

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Kesehatan

Kondisi kesehatan yang buruk dan berbagai macam masalah penyakit, tidak hanya disebabkan oleh kesalahan yang dilakukan oleh individu, kurangnya perhatian dari keluarga, atau kegagalan kelompok maupun komunitas untuk bertindak dengan benar. Maka dari itu komunikasi kesehatan perlu disampaikan yang mencakup aspek-aspek komunikasi dan pengetahuan medis, dengan maksud untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi pemahaman, pandangan, dan tindakan orang-orang supaya lebih peduli dan mengambil langkah-langkah positif terkait masalah kesehatan seperti menghindari penyakit, memajukan pola hidup sehat, mengikuti anjuran pengobatan (Rahmadiana, 2012).

Secara istilah, kesehatan komunikasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan komunikasi, baik secara personal maupun melalui media massa, yang memiliki tujuan yang jelas untuk memberikan informasi serta mempengaruhi persepsi, pandangan, dan perilaku masyarakat dalam rangka meningkatkan status kesehatan setiap individu maupun kelompok masyarakat (Ishikawa & Kiuchi, 2010). Di dalam era digital saat ini, komunikasi kesehatan tidak sekadar mendistribusikan data medis, tetapi juga berperan dalam melatih kemampuan

berpikir kritis audiens dalam mengerti dan memanfaatkan informasi tersebut dalam mengambil keputusan (Caeiros et al., 2024).

Menurut (Sari, 2020), terdapat beberapa poin mendasar mengenai komunikasi kesehatan yang dapat digunakan sebagai acuan teoritis:

1. Komunikasi yang berkaitan dengan kesehatan dipahami sebagai upaya yang terorganisir untuk memberikan pengaruh yang baik terhadap perilaku kesehatan individu dan komunitas, dengan memanfaatkan prinsip-prinsip komunikasi serta media yang tepat.
2. Komunikasi kesehatan didefinisikan sebagai pemanfaatan layanan komunikasi untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan terkait upaya peningkatan serta pengelolaan kesehatan untuk individu dan komunitas.
3. Komunikasi kesehatan merupakan komponen dari interaksi antar manusia yang menitikberatkan pada masalah kesehatan, yakni cara individu menghadapi tantangan kesehatan serta upaya menjaga kesehatan melalui informasi dan persuasi.
4. Komunikasi Kesehatan Era Digital: Teori dan Praktik definisi ini diperluas dengan menekankan konteks digital, di mana komunikasi kesehatan juga melibatkan penggunaan teknologi informasi serta media sosial sehingga pesan kesehatan mampu mencapai lebih banyak audiens dan tetap relevan dalam konteks yang ada.

2.2 Edukasi Kesehatan

Edukasi kesehatan didefinisikan sebagai kegiatan penyuluhan yang bertujuan untuk memperluas pemahaman dan kesadaran publik mengenai berbagai dimensi kesehatan, yang mencakup pencegahan penyakit, pengelolaan kondisi fisik, hingga promosi pola hidup sehat (Maharani et al., 2023). Melalui pendekatan edukasi yang terencana, masyarakat dituntun untuk memahami cara pencegahan penyakit, mengidentifikasi faktor risiko, serta dapat meminimalisir angka terjadinya penyakit tersebut (Siregar et al., 2023). Di samping itu, pengetahuan tentang tanda-tanda, gejala, dan faktor risiko berbagai kondisi kesehatan juga dapat lebih dikenali oleh masyarakat (Maharani et al., 2023). Penguatan pemahaman ini pada akhirnya akan mengoptimalkan proses pengambilan keputusan yang lebih tepat dan berbasis informasi (*informational*) terkait kondisi kesehatan personal maupun keluarga (Prमितasari et al., 2023). Secara jangka panjang, akumulasi pengetahuan tersebut menjadi elemen krusial dalam mendongkrak kualitas hidup masyarakat melalui pembiasaan hidup sehat dan tata laksana penyakit yang lebih terstruktur (Marbun et al., 2021).

2.3 Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai platform digital yang memfasilitasi para penggunanya untuk saling berinteraksi, berbagi beragam variasi konten, serta membangun jaringan sosial di dunia maya (*online*). Perkembangan teknologi

informasi telah mengubah pola komunikasi dan cara individu berinteraksi, sehingga proses sosialisasi kini dapat terjalin secara fleksibel tanpa batasan ruang maupun waktu (Nitami, 2023). Kehadiran berbagai platform digital populer seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, hingga TikTok kini telah berintegrasi penuh menjadi bagian dari aspek kehidupan sehari-hari masyarakat luas. Pola pemanfaatan media sosial yang dilakukan secara intensif ini diidentifikasi mampu memberikan pengaruh terhadap dimensi kepribadian individu, termasuk dalam membentuk cara mereka berinteraksi sosial serta mengekspresikan identitas diri (Novita & Parinduri, 2024). Di samping itu, media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan memfasilitasi interaksi sosial yang mampu menjangkau skala global (Bangun et al., 2024).

2.3.1 Karakteristik Media Sosial

Media sosial saat ini bisa digambarkan sebagai platform *online* yang berfokus pada konten yang dibuat oleh pengguna, memiliki tingkat interaksi yang tinggi, dan memungkinkan koneksi secara global dalam waktu bersamaan di mana pengguna dapat berbagi, memberikan komentar, memilih suka, dan membangun jaringan satu sama lain (Aichner et al., 2021). Karakteristik lain yang terlihat jelas adalah kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai format media (seperti teks, gambar, dan video), kemampuan untuk melakukan pembaruan dengan cepat, serta algoritma yang dapat menyesuaikan konten berdasarkan pilihan pengguna semua itu menjadikan media sosial sebagai

platform komunikasi yang sangat berbeda jika dibandingkan dengan media tradisional yang bersifat satu arah (Zimba & Gasparyan, 2021).

2.3.2 Kekuatan Media Sosial

Media sosial memiliki peran strategis yang signifikan dalam penyebaran edukasi kesehatan. Hal ini disebabkan oleh kemampuannya untuk menjangkau sejumlah besar orang, menawarkan konten yang menarik secara visual atau dalam format multimedia, serta mendorong interaksi langsung antara pengguna dan pembuat konten (Chen & Wang, 2021). Selain itu, bahwa media sosial mampu menjawab kebutuhan penonton secara langsung dan menyediakan berbagai informasi termasuk edukasi kesehatan yang mendukung perubahan perilaku dan literasi kesehatan, yang mana semuanya memperkuat media sosial sebagai edukasi dan perubahan gaya hidup (Moorhead et al., 2013).

2.3.3 Komunikasi Edukasi Kesehatan di Media Sosial

Tidak jarang banyak sekali *influencer* yang membagikan postingan mereka untuk mempromosikan barang hingga memberikan informasi terkait kesehatan. Sebagai ruang edukasi kesehatan, media sosial memberikan banyak manfaat (Pebriani & Darmiyanti, 2024)., diantaranya:

1. Pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi kesehatan terkini dari berbagai sumber, termasuk organisasi kesehatan resmi dan profesional medis.

2. Banyaknya kampanye kesehatan yang dilakukan melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran tentang isu-isu kesehatan tertentu, seperti penyakit menular, kesehatan mental, dan pola makan sehat.
3. Memungkinkan terbentuknya komunitas bagi individu yang memiliki kondisi kesehatan serupa untuk berbagi pengalaman dan dukungan emosional.

Di samping itu, pemanfaatan instrumen ini juga memiliki dampak bagi penggunaannya, baik bersifat positif maupun negatif (Simanjuntak et al., 2024), antara lain:

a. Dampak Positif

1. Edukasi melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan dan pencegahan penyakit.
2. Menjadi sumber pembelajaran dan berbagi pengetahuan di berbagai bidang.
3. Pengguna dapat berinteraksi langsung dengan ahli kesehatan melalui sesi tanya jawab atau webinar yang diadakan di platform media sosial.

b. Dampak Negatif

1. Terdapat risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan terkait kesehatan, yang dapat membingungkan pengguna dan mengarah pada keputusan yang salah.

2. Paparan berlebihan terhadap konten kesehatan yang negatif atau menakutkan dapat menyebabkan peningkatan kecemasan di kalangan pengguna

2.4 TikTok sebagai Sarana Edukasi Kesehatan

TikTok adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan menonton video pendek. Aplikasi ini dikenal dengan format video yang kreatif dan interaktif, sering kali disertai musik dan efek visual. Dalam konteks edukasi, TikTok telah berkembang menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat. Konten edukatif di TikTok mencakup berbagai topik, mulai dari kesehatan hingga bahasa isyarat, dan dirancang untuk menarik perhatian serta memudahkan pemahaman yang dapat dimengerti (Deryansyah et al., 2023).

Dalam konteks komunikasi kesehatan, TikTok memegang peranan penting sebagai tempat alternatif penyuluhan medis. Melalui platform ini, pesan-pesan klinis yang bersifat sensitif dan rumit, seperti informasi mengenai anemia maupun manajemen diet, dapat dikemas secara menarik dan aplikatif. Penelitian menunjukkan bahwa visualisasi materi kesehatan melalui media video TikTok mampu mendongkrak tingkat pengetahuan dan literasi kesehatan secara signifikan, khususnya pada kalangan remaja dan mahasiswa (Firdawiyanti, 2023). Kebutuhan informasi ini diperkuat oleh kehadiran para *influencer*

kesehatan di TikTok yang mampu membangun tingkat kepuasan informasi yang tinggi bagi para pengikutnya (Apriyana & Pane, 2023).

Sebagai platform yang sangat digemari oleh generasi muda, karakteristik konten video pendek yang dikombinasikan dengan musik atau animasi pada TikTok memberikan peluang besar untuk mendistribusikan edukasi kesehatan secara kilat dan masif (Chen & Wang, 2021). Format visual yang kasual ini bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan antaran informasi medis profesional dengan realitas audiens awam, sehingga pesan yang disampaikan terasa lebih dekat (*relatable*) bagi kelompok mahasiswa (Rahmana et al., 2022). Fenomena ini tidak hanya memosisikan TikTok sebagai media hiburan, melainkan juga sarana stimulasi bagi individu untuk mengadopsi pola hidup sehat. Oleh sebab itu, institusi kesehatan resmi serta asosiasi profesi medis didorong untuk mengoptimalkan platform ini guna menyebarkan informasi yang valid sekaligus menanggulangi eskalasi hoaks kesehatan di ruang digital (Sembada, 2022).

2.5 Pengaruh Inflencer Kesehatan

Sebagai hasil dari perkembangan komunikasi digital, kini muncul *inflencer* kesehatan. Tokoh-tokoh ini memanfaatkan jangkauan media sosial untuk membangun pengaruh dan menyebarkan pesan kepada audiens mereka. Sementara influencer bisa datang dari mana saja, kredensial resmi di bidang

kesehatan menjadi kunci penting karena cenderung meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang mereka sampaikan (Sokolova & Kefi, 2020). Pengaruh *influencer* di TikTok sangat signifikan bagi penggunaannya. Mereka tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik audiens tentang berbagai topik penting. Dalam konteks tenaga medis profesional, *influencer* kesehatan dapat memberikan informasi yang akurat dan berbasis bukti mengenai praktik kesehatan yang baik. Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan konten dari *influencer* kesehatan, semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan di kalangan pengikutnya (Apriyana & Pane, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa *influencer* dapat berperan sebagai sumber informasi yang kredibel dan membantu meningkatkan kesadaran serta pengetahuan masyarakat tentang isu-isu kesehatan (Natalia & Winduwati, 2023).

2.6 Analisis Resepsi

Resepsi berasal dari istilah dalam bahasa Latin “*recipere*,” yang memiliki arti menerima. Resepsi merupakan suatu aliran dalam penyelidikan sastra yang sejak dekade 1960-an telah mengalihkan perhatian dari teks itu sendiri (yang dikenal sebagai aliran egosentris atau gerakan ekonomi) kepada pembaca. Dalam pengertian yang lebih luas, istilah ini digunakan untuk merujuk pada berbagai aliran dalam penelitian sastra yang membahas tentang bagaimana karya sastra diterima oleh para pembaca. Penerimaan karya sastra dapat dilihat dari sudut

pandang psikologis maupun sosiologis. Secara lebih terbatas, istilah ini sering dipandang sebagai sinonim untuk "konstan," yang berkaitan dengan penelitian fenomenologi (Ingarden), strukturalisme Praha (Mukarovsky), serta hermeneutika (Gadamer). Dalam kategori ini, terdapat dua aliran yang berbeda, yaitu sejarah resepsi (Jauss) dan estetika resepsi (Wirkhrugs, Iser). Melalui penelitian resepsi, Jauss berupaya untuk mengubah cara pandang terhadap sejarah sastra. Ia tidak hanya memaparkan daftar penulis dan jenis sastra, tetapi juga fokus pada bagaimana sebuah karya diterima saat pertama kali diterbitkan dan seterusnya. Karena penting untuk menjalin dialog antara masa lalu dan masa kini, resepsi berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan teks masa lalu dengan teks masa kini (Machmud, 2016).

Pada penelitian Hadi tahun 2010 mengatakan juga bahwa analisis resepsi adalah metode yang inovatif dalam meneliti suatu elemen wacana dan berusaha memahami makna dari teks media (cetak, elektronik, internet) dengan mengamati cara teks tersebut dibaca oleh *audiens*. Orang yang menganalisis media dengan pendekatan resepsi mengutamakan pengalaman dan pengamatan *audiens*, serta bagaimana hasil yang dihasilkan dari pengalaman tersebut (Hadi, 2010).

2.6.1 Encoding dan Decoding Stuart Hall

Encoding dan Decoding Stuart Hall (1974) dalam konteks televisi. Konsep yang dikenal sebagai Studi Penerimaan dalam bidang media berkaitan erat dengan kajian budaya, di mana Hall menjadi salah satu pelopor dalam teori penerimaan. Fokus utama dari penelitian Hall banyak membahas topik mengenai hegemoni dan kajian budaya, yang mendapat banyak inspirasi dari pemikiran Gramsci. Ia menganalisis bagaimana bahasa sering digunakan dalam batas tertentu untuk mempertahankan kekuasaan, institusi, serta ekonomi politik (Machmud, 2016).

Pendekatan ini memusatkan perhatian pada analisis teks dengan fokus pada negosiasi dan penolakan dari audiens yang merupakan bagian dari komunitas. Ini menunjukkan bahwa audiens tidak menerima teks, baik itu buku ataupun film, dengan cara yang mudah atau secara pasif; mereka berperan aktif dalam proses ini. Hal ini dikarenakan individu terlibat dalam menegosiasikan makna dari teks tersebut. Arti yang dihasilkan bergantung pada latar belakang budaya individu tersebut. Sebab, latar belakang seseorang dapat menjelaskan bagaimana sebagai pembaca, mereka dapat setuju atau menolak isi bacaan yang mereka hadapi (Machmud, 2016).

Menurut Stuart Hall, audiens menguraikan pesan media melalui tiga posisi potensial, yaitu :

a. Posisi Dominan - Hegemonik

di mana audiens sepenuhnya menerima pesan yang disampaikan oleh media. Skenario ini terjadi ketika media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan yang berlaku di masyarakat. Pada intinya, baik media maupun audiens terlibat dengan budaya dominan yang berlaku. Konten media perlu selaras dengan budaya dominan yang ada di masyarakat. Misalnya, jika audiens menafsirkan pesan iklan dengan cara yang dimaksudkan oleh media, itu menunjukkan bahwa baik media, pesan, dan audiens memiliki ideologi dominan yang sama, dan audiens memaknai berdasarkan kode dominan tersebut. Media menghasilkan pesan yang dikonsumsi audiens, yang menafsirkannya sesuai dengan makna yang diberikan oleh media. Pembaca selaras dengan kode program (yang mencakup nilai, sikap, kepercayaan, dan asumsi) dan sepenuhnya menerima makna yang disajikan oleh pembuat program.

b. Posisi negosiasi

Di mana audiens umumnya menerima ideologi dominan tetapi menolak penerapannya dalam situasi tertentu. Dalam hal ini, audiens bersedia menerima ideologi dominan secara menyeluruh; namun, mereka akan memberlakukan pengecualian tertentu dalam penerapannya yang sesuai dengan norma budaya lokal. Sampai batas tertentu,

pembaca selaras dengan kode program dan pada dasarnya menerima makna yang ditawarkan oleh para kreator, namun mereka memodifikasi makna ini untuk mencerminkan posisi dan kepentingan mereka sendiri .

c. Posisi Oposisional

metode terakhir yang digunakan audiens untuk mendekode pesan media , ditandai dengan oposisi. Ini terjadi ketika audiens yang kritis mengubah atau mengganti pesan atau kode yang diberikan oleh media dengan pesan atau kode alternatif .Audiens menolak makna yang dimaksudkan atau pesan-pesan positif dari media , menggantinya dengan perspektif mereka sendiri tentang topik yang disajikan . Audiens menafsirkan pesan-pesan tersebut secara kritis, mengidentifikasi bias dalam cara penyampaiannya dan berupaya menghindari penerimaan pesan-pesan tersebut tanpa kritik . Dalam konteks ini, audiens berupaya untuk mendemistifikasi teks . Pembaca menyimpang dari kode program , menolak makna atau interpretasi yang ditawarkan, dan kemudian menetapkan kerangka kerja alternatif mereka sendiri untuk menafsirkan pesan atau program tersebut.

Menurut Stuart Hall dapat dijelaskan bahwa audiens mengambil posisi dominan ketika mereka sepenuhnya berbagi , menerima , dan mengolah pesan-pesan yang mereka terima. Dalam posisi dominan , pemahaman audiens terkait pesan sejalan dengan budaya hegemonik , sehingga mereka membangun makna pesan dari kelompok yang berkuasa . Namun , ketika audiens mulai

menunjukkan penolakan terhadap pesan dari media, mereka beralih ke posisi negosiasi; di mana mereka mengakui budaya hegemonik tetapi juga mengembangkan pandangan pribadi mereka . Audiens tidak selalu tunduk pada budaya hegemonik , mereka mungkin menolak karena adanya perbedaan pandangan atau budaya yang mereka miliki dibandingkan dengan media pesan , sehingga mereka berada dalam posisi oposisi (Machmud, 2016).

2.7 Penelitian Terdahulu

Dalam upaya menentukan kebaruan penelitian ini dan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian, peneliti melakukan tinjauan pustaka terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Melalui tinjauan pustaka tersebut, peneliti dapat mengetahui perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa penelitian rujukan dalam tinjauan pustaka tersebut.

1. Skripsi Ahmad Fauzan, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia (tahun 2023) berjudul "Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Pendidikan Kesehatan Mental Dalam Youtube Channel Satu Persen". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pembacaan dan pemaknaan audiens terhadap tes edukasi Kesehatan mental dalam tayangan pada kanal Youtube Satu Persen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif etnografi dengan

berfokus pada analisis resepsi. Pengumpulan data dilakukan dengan mengimplementasikan wawancara in-depth-interview dalam menerima pesan informasi dan pendekatan dokumentasi untuk membuat pesan. Pada penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama memiliki tujuan dalam menganalisis konten edukasi kesehatan melalui media sosial. Perbedaan terletak pada objek dan subjeknya.

2. Skripsi Muhammad Ganif Jordan Kalfat, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang (tahun 2024) berjudul "Edukasi Pola Hidup Sehat Melalui Media Sosial TikTok Bagi Mahasiswa (Analisis resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM pada Akun TikTok @tirtacipeng)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam persepsi mahasiswa tentang pola hidup sehat dalam konten video di media sosial TikTok @tirtacipeng. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan berfokus pada analisis resepsi. Pengumpulan data dilakukan dengan mengimplementasikan Focus Group Discussions (FGD) dalam menerima pesan informasi dan pendekatan dokumentasi untuk membuat pesan. Pada penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama memiliki tujuan dalam menganalisis konten edukasi kesehatan melalui media sosial TikTok dalam kaitannya dengan masyarakat. Perbedaan terletak pada objek dan memiliki kesamaan pada subjek penelitian ini.

3. Jurnal Rafa Bintang, Program Studi Ilmu Kesehatan, Universitas Mercu Buana Yogyakarta (tahun 2022) berjudul "Pengaruh Isi Konten Edukasi Kesehatan di Instagram dr, Tirta (@dr.tirta) Terhadap Kesadaran Hidup Sehat Masyarakat". Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah isi konten edukasi kesehatan mempengaruhi kesadaran hidup masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode *survey*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden yang mengikuti akun Instagram @dr.tirta. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu ingin mengetahui kesadaran pola hidup sehat masyarakat. Perbedaan terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan.

