

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kesehatan merupakan sebuah hal yang penting bagi manusia, karena kesehatan merupakan penunjang dari segala aktivitas yang dilakukan manusia. Karena tanpa adanya kesehatan yang baik, maka setiap manusia akan sulit untuk melaksanakan segala aktivitasnya. Kesehatan merupakan suatu gejala dimana kondisi tubuh maupun jiwa dalam kondisi yang produktif, baik dari segi fisik, mental, sosial maupun ekonomi. Kesehatan merupakan sebuah hal yang mendasar dalam hidup manusia. Begitu pentingnya arti kesehatan sehingga ada orang yang memilih lebih baik mati daripada hidup tidak sehat dan tidak dapat melakukan apa apa. Hal ini tentunya ditunjang oleh kesadaran dan sikap manusia tersebut akan pentingnya kesehatan, untuk menjaga kesehatan. Untuk memberikan kekebalan tubuh sendiri banyak hal yang dapat dilakukan.

Salah satunya yaitu imunisasi, imunisasi merupakan suatu tindakan untuk memberikan kekebalan dengan cara memasukkan vaksin ke dalam tubuh manusia. Kebal merupakan suatu keadaan dimana tubuh mempunyai daya kemampuan mengadakan pencegahan penyakit dalam rangka menghadapi serangan kuman tertentu.

Gambar 1. 1
Persentase Penerima Imunisasi Dasar Lengkap

Provinsi	Persentase Anak Umur 12-23 Bulan Yang Menerima Imunisasi Dasar Lengkap Dengan Tingkat Kesejahteraan 40% Terendah, Menurut Provinsi (Persen)		
	2017	2018	2019
ACEH	23,19	18,32	17,32
SUMATERA UTARA	27,10	27,98	35,31
SUMATERA BARAT	35,59	37,62	43,15
RIAU	31,73	30,34	31,22
JAMBI	46,99	66,39	50,37
SUMATERA SELATAN	47,40	48,75	39,31
BENGGULU	43,48	62,48	54,22
LAMPUNG	50,92	67,40	62,40
KER. BANGKA BELITUNG	58,33	78,34	55,57
KER. RIAU	57,40	73,55	65,46
DKI JAKARTA	52,43	68,78	52,01
JAWA BARAT	43,01	54,99	50,11
JAWA TENGAH	63,64	74,95	74,48
DI YOGYAKARTA	71,28	86,41	79,37
JAWA TIMUR	55,51	67,02	61,33
BANTEN	25,46	30,40	31,29
BALI	67,60	92,10	76,95
NUSA TENGGARA BARAT	59,73	75,20	70,65
NUSA TENGGARA TIMUR	57,96	44,41	48,44
KALIMANTAN BARAT	41,02	47,60	50,43
KALIMANTAN TENGAH	43,16	43,24	39,08
KALIMANTAN SELATAN	61,89	62,97	58,20
KALIMANTAN TIMUR	44,84	71,30	53,10
KALIMANTAN UTARA	56,13	64,72	45,33
SULAWESI UTARA	54,07	57,44	61,32
SULAWESI TENGAH	50,21	47,69	49,56
SULAWESI SELATAN	47,68	56,56	53,94
SULAWESI TENGGARA	59,10	36,78	56,68
GORONTALO	51,32	56,25	64,33
SULAWESI BARAT	47,65	45,30	52,65
MALUKU	32,66	27,23	44,97
MALUKU UTARA	32,09	26,63	36,69
PAPUA BARAT	31,06	19,87	42,62
PAPUA	19,72	22,84	21,26
INDONESIA	47,94	55,52	53,07

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Informasi mengenai kesehatan serta imunisasi pada saat ini mudah didapatkan, Para media tersebut melakukan penyebaran informasi kesehatan serta imunisasi ini melalui media sosial.

Pada masa millennial ini, teknologi merupakan sebuah hal yang memiliki andil yang kuat bagi perkembangan media, terlebih pada teknologi komunikasi. Zaman ini, media tidak hanya ada dalam bentuk media massa dan

media elektronik saja, melainkan ada media baru yang semakin berkembang dan sangat digemari oleh masyarakat yaitu jejaring sosial di dunia maya yang biasa disebut dengan media sosial, Media ini digunakan oleh masyarakat untuk berekspresi dan mengungkapkan segala pandangan terhadap suatu hal.

Kemudahan yang diberikan oleh media sosial yang tersedia, dapat menghilangkan hambatan yang ada, yaitu jarak dan waktu, dengan ini informasi yang ada dapat langsung sampai tanpa adanya hambatan. Dengan adanya media sosial ini, masyarakat memulai untuk menggunakan media sosial, salah satunya yaitu Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil dan mengunggah foto dan video.

Instagram memudahkan seseorang untuk berbagi dan mendapatkan informasi secara instan. Fasilitas yang ada di Instagram pun menjadi sebuah lahan yang efektif untuk melakukan penyebaran informasi. Instagram dapat diakses oleh berbagai pengguna internet dimana saja, maka dari itu media sosial menjadi media alternatif baru untuk menyebarkan informasi, promosi sampai pada aktivitas jual beli.

Dalam melihat betapa besar dan berkembangnya penggunaan media sosial di Indonesia, para penjual jasa maupun produk pun harus membuat sebuah inovasi baru untuk menarik perhatian konsumen, terutama di Indonesia. Maka dari itu, para penjual jasa maupun produk menggunakan metode baru, salah satunya yaitu dengan mengedepankan komunikasi dua arah, demi mendapatkan perhatian konsumen di suatu pasar. Memang pada awalnya media

sosial digunakan hanya untuk bersosialisasi, namun saat ini media sosial juga bisa digunakan untuk media promosi suatu jasa maupun produk.

Fungsi Sosial Media yaitu untuk melakukan interaksi antar pengguna, dengan memiliki jangkauan yang luas, maka para pengguna tidak mempunyai Batasan untuk berinteraksi. Setiap konten atau unggahan otomatis akan muncul pada beranda *following* penggunanya. Para *followers* pengguna yang melihat kontennya pun dapat berinteraksi dengan cara memberikan *like* maupun *comment*. Ada juga fitur *hashtag* atau tagar pada sebuah unggahan untuk membantu para pengguna untuk mencari unggahan yang sesuai dengan yang diinginkannya dengan cara mengetik *hashtag* yang dicari pada kolom pencarian.

Adapun dengan menggunakan fitur *save* atau *bookmark*, para pengguna dapat menyimpan unggahan dari pengguna lainnya. Fitur ini membantu pengguna jika ingin melihat lagi unggahan yang telah di *save* atau *bookmark*. Pengguna juga dapat berkreasi dengan salah satu fitur yang disebut *Instagram Story*, atau yang sering disebut dengan *Instastory*. Dimana fitur ini hanya bertahan selama 24 jam dan otomatis akan hilang setelah 24 jam bila pengguna melakukan unggahan yang berbentuk gambar maupun video.

Salah satu perusahaan yang menggunakan Instagram sebagai media untuk menginformasikan berbagai bentuk kegiatan perusahaan ataupun promosi adalah PT. Bio Farma (Persero). Menurut pengamatan yang penulis lakukan pada saat penelitian, perusahaan ini mempunyai dua akun Instagram, yaitu @BioFarmaID dan @infoimunisasicom. Kedua akun tersebut memiliki

dua fungsi yang berbeda, pada akun @BioFarmaID lebih digunakan untuk memperbarui informasi mengenai kegiatan resmi yang dilakukan oleh PT. Bio Farma, seperti halnya penghargaan, kunjungan, berita resmi perusahaan dan lainnya. Sedangkan akun @infoimunisasicom digunakan untuk memberikan informasi mengenai vaksin, imunisasi, maupun informasi-informasi kesehatan yang lainnya kepada masyarakat luas.

Dikarenakan pada saat ini banyak sekali informasi yang tidak benar atau hoax terkait dengan Imunisasi, dan ada juga gerakan anti vaksin, maka akun @infoimunisasicom digunakan juga untuk memberikan edukasi mengenai vaksin, dan melawan hoax yang ada.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai efektivitas dari akun Instagram @infoimunisasicom, agar masyarakat dapat paham dan mengerti mengenai imunisasi.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil rumusan masalah “**Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasicom PT. Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap *Followers* Kota Bandung Tentang Imunisasi?**”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sejauhmana **Konteks** (*Context*) Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* Tentang Imunisasi?

2. Seauhmana **Komunikasi (Communication)** Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* tentang Imunisasi?
3. Seauhmana **Kolaborasi (Collaboration)** Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* tentang Imunisasi?
4. Seauhmana **Koneksi (Connection)** Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* tentang Imunisasi?
5. Seauhmana penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap **Kognitif Followers** tentang Imunisasi?
6. Seauhmana penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap **Afektif Followers** tentang Imunisasi?
7. Seauhmana penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap **Konatif Followers** tentang Imunisasi?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seauhmana efektivitas penggunaan media sosial Instagram @infoimunisasicom PT. Bio Farma sebagai media promosi mengenai imunisasi, serta kesehatan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk:

1. Untuk Mengetahui Konteks (*Context*) Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* tentang Imunisasi.
2. Untuk Mengetahui Komunikasi (*Communication*) Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* tentang Imunisasi.
3. Untuk Mengetahui Kolaborasi (*Collaboration*) Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* tentang Imunisasi.
4. Untuk Mengetahui Koneksi (*Connection*) Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Sikap *Followers* tentang Imunisasi.
5. Untuk Mengetahui penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Kognitif *Followers* tentang Imunisasi.
6. Untuk Mengetahui penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Afektif *Followers* tentang Imunisasi.
7. Untuk Mengetahui penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasicom milik PT. Bio Farma terhadap Konatif *Followers* tentang Imunisasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini terbagi atas kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan Ilmu Komunikasi serta memberikan khususnya mengenai efektivitas penggunaan media sosial.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna yaitu untuk:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan aplikasi ilmu dari teori yang telah didapat selama perkuliahan dan berguna sebagai pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian dan memunculkan pemikiran mengenai Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @infoimunisasi PT. Bio Farma Terhadap Sikap *Followers* Tentang Imunisasi.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dijadikan literatur dan acuan secara umum bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia dan khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi mengenai efektivitas penggunaan media sosial dan sikap *Followers* tentang imunisasi.

3. Bagi PT. Bio Farma (Persero)

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan bahan evaluasi bagi divisi *Corporate Communication* PT. Bio Farma (Persero) dalam melaksanakan program kampanye tentang imunisasi serta kesehatan melalui akun Instagram @infoimunisasicom sehingga informasi yang disampaikan melalui akun tersebut dapat dipahami oleh *Followers* dari akun ini.