BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media sosial dapat dikatakan sebagai sebuah manifestasi dari ruang publik, tempat di mana masyarakat dapat saling berinteraksi, mengekspresikan gagasan yang bersifat politis kepada khalayak umum maupun membentuk opini publik secara kolektif. (Anstead & O'Loughlin, 2020). Media sosial memungkinkan siapa saja untuk mempublikasikan informasi tanpa verifikasi, yang bisa menyebabkan khalayak menerima informasi yang salah atau tidak berdasar ilmiah. Hal ini dapat membahayakan mereka jika informasi tersebut diikuti tanpa konsultasi dengan profesional.

Tentunya, membahas konteks komunikasi digital, penyampaian pesan tidak selalu sejalan dengan pemahaman *audiens*. Tidak semua individu menerima pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirimnya. Dalam studi komunikasi, fenomena ini dibahas melalui pendekatan Resepsi atau *Reception Analysis*, dengan salah satu tokoh utama yang dikenal luas adalah Stuart Hall. Melalui model *Encoding/Decoding*, Hall menjelaskan bahwa proses komunikasi tidak hanya berhenti pada tahap pengiriman pesan (*encoding*), tetapi juga melibatkan proses pemaknaan ulang oleh penerima pesan (*decoding*). Audiens bukan pihak yang pasif melainkan aktif menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang sosial, pengalaman, nilai budaya, dan pengetahuan yang mereka miliki.

Di era digital saat ini, opini publik di internet merupakan bentuk terbaru dari opini publik yang beradaptasi dengan perkembangan zaman. Internet menjadi ruang baru bagi publik untuk mengekspresikan dan mengungkapkan pendapat mereka tentang fenomena atau isu tertentu (Huang, 2020). Fenomena ini telah mengubah cara orang mengakses berbagai informasi terkait opini, sikap, dan perilaku manusia. Kemunculan media sosial telah mendorong perubahan ini, sekaligus menjadi alat baru bagi peneliti untuk mengumpulkan data dan sumber informasi alternatif, baik secara kualitatif, untuk menganalisis opini publik (Murphy dkk., 2014).

Komunikasi kesehatan merupakan bagian dari komunikasi antar manusia.

Analisis Resepsi.., Novia Putri Rahmadania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Komunikasi kesehatan mempelajari bagaimana seorang individu dalam suatu kelompok/masyarakat menghadapi isu-isu yang berhubungan dengan kesehatan dan berupaya untuk memelihara kesehatannya (Northouse dalam Notoatmodjo, 2005) Komunikasi kesehatan yaitu proses menyampaikan pesan kesehatan yang dilakukan oleh petugas kesehatan kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai media dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku kesehatan individu dan masyarakat secara positif. Dalam menyampaikan pesan kesehatan tersebut, seorang petugas kesehatan sebaiknya menggunakan prinsip, metode, dan media komunikasi yang tepat, baik melalui komunikasi interpersonal maupun komunikasi massa.

Di sisi lain, tantangan dalam dunia kesehatan juga semakin kompleks. Kenaikan inflasi kesehatan, peningkatan penyakit tidak menular, serta gaya hidup masyarakat yang kurang aktif menjadi alasan kuat mengapa promosi kesehatan harus dilakukan secara berkelanjutan dan menyentuh semua lapisan masyarakat. Laporan Indonesia Financial Group (IFG) Progress 2023 menunjukkan proyeksi kenaikan biaya layanan kesehatan hingga 13,6%, termasuk biaya obat, tindakan medis, dan teknologi penunjang. Situasi ini menegaskan pentingnya kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan secara preventif agar beban ekonomi akibat penyakit dapat ditekan sejak dini.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi sudah mengubah cara kita berkomunikasi dan mengakses informasi. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler saat ini, digunakan oleh sekitar 86,5% pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 (Nahdiana, Unde, Nasir, & Amar, 2022). Instagram, yang diluncurkan di tahun 2010, berbeda dari platform media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter karena awalnya ditujukan untuk berbagi foto dan video dengan fokus visual dan menggunakan pagar (#) untuk memudahkan pencarian dan pengumpulan konten spesifik. Seiring waktu, Instagram juga digunakan untuk pemasaran. (Zazin & Zaim, n.d.).

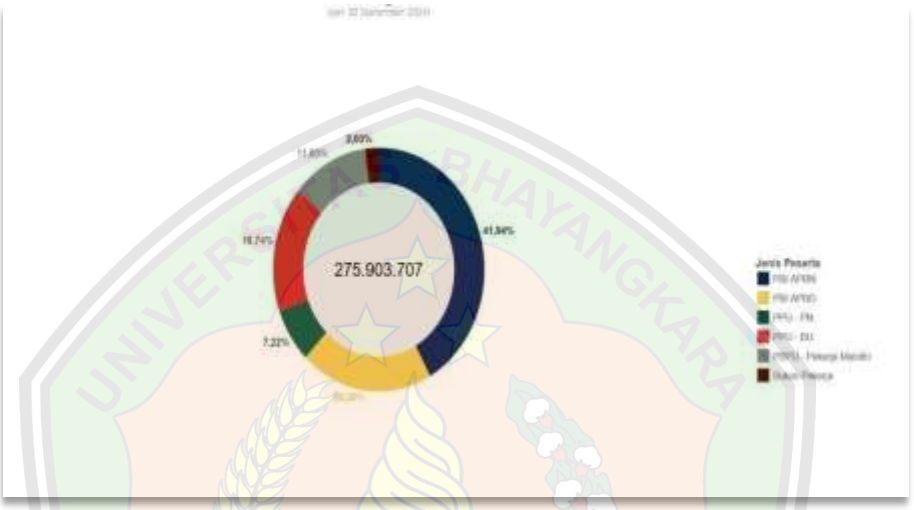
Di Indonesia sendiri, peningkatan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sejalan dengan bertambahnya jumlah pengguna internet. Berdasarkan data dari APJII (2024), lebih dari 210 juta masyarakat Indonesia telah terhubung

dengan internet, dan sekitar 86,5% di antaranya merupakan pengguna aktif Instagram (Nahdiana et al., 2022). Fenomena ini menjadikan Instagram sebagai salah satu platform visual yang sangat potensial untuk menjangkau khalayak luas, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan yang berkaitan dengan kesehatan. Didukung oleh kekuatan visual, narasi singkat, serta fitur interaktif, Instagram mampu menyampaikan informasi kesehatan secara menarik, mudah dipahami, dan efektif dalam membangun keterlibatan audiens.

Keberadaan media sosial sebagai sarana promosi kesehatan sangatlah strategis. Suiraoka (2024), Penggunaan teknologi digital dalam promosi kesehatan dapat membantu mengatasi tantangan dalam penyampaian informasi dan memperkuat keterlibatan masyarakat. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa Media sosial memiliki potensi besar sebagai alat promosi kesehatan yang efektif, terutama dalam menjangkau remaja (Nurmala, 2024). Dengan memanfaatkan media sosial, Pemerintah dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, memberikan informasi yang relevan, dan mendorong partisipasi aktif dalam menjaga kesehatan mereka. Salah satunya adalah lewat BPJS Kesehatan.

BPJS Kesehatan merupakan lembaga jaminan sosial yang hadir di seluruh wilayah Indonesia. Untuk mendukung kesejahteraan juga akses kesehatan bagi masyarakat yang kurang mampu, BPJS Kesehatan menjalankan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dan Kartu Indonesia Sehat (KIS). Program ini mengharuskan setiap penduduk Indonesia menyisihkan sebagian kecil penghasilannya untuk jaminan kesehatan. Bagi masyarakat yang kurang mampu, pemerintah menanggung biaya tersebut agar mereka tetap mendapatkan layanan kesehatan yang memadai.

Dalam jurnal Pertiwi (2017), individu yang wajib terdaftar sebagai anggota BPJS Kesehatan meliputi warga negara Indonesia dan warga negara asing yang telah bekerja di Indonesia selama setidaknya enam bulan. Selain itu, perusahaan diwajibkan untuk mendaftarkan para karyawannya sebagai peserta BPJS. Bagi mereka yang tidak termasuk pekerja atau karyawan, tetap diwajibkan untuk bergabung sebagai peserta BPJS Kesehatan.



Gambar 1.1 Jumlah Peserta JKN: 277.143.330 per 30 September 2024
Sumber: Dewan Jaminan Sosial Nasional bersama BPJS Kesehatan

Direktur Utama BPJS Kesehatan, Ali Ghufron Mukti, menjelaskan bahwa jumlah peserta Program Jaminan Kesehatan Nasional-Kartu Indonesia Sehat (JKN-KIS) telah mencapai 98% dari total penduduk Indonesia per akhir September 2024. Jumlah peserta BPJS kesehatan Indonesia ternyata mengalami peningkatan mencapai 277.143.330 orang, salah satu indikatornya adalah pelayanan kesehatan yang semakin diperbaiki dan promosi di media massa.



Gambar 1. 2 Akun Instagram BPJS Kesehatan
Sumber: Instagram BPJS Kesehatan

Upaya dalam mendorong kesadaran ini, pemerintah, melalui lembaga seperti BPJS Kesehatan, turut aktif memanfaatkan media sosial. Akun resmi Instagram @BPJSKesehatan_RI menjadi salah satu contoh kanal komunikasi pemerintah yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi kesehatan. Konten yang diunggah mencakup edukasi seputar program JKN-KIS, pentingnya jaminan kesehatan, tips gaya hidup sehat, hingga testimoni peserta yang sudah mendapatkan manfaat dari layanan BPJS. Strategi komunikasi visual dan naratif ini dirancang agar dapat menjangkau kelompok usia produktif yang sangat aktif menggunakan media sosial.

Instagram bisa menjadi alat yang efektif. Sebelum memiliki platform media sosial seperti Instagram atau platform lainnya yang lebih canggih, BPJS Kesehatan menggunakan beberapa pendekatan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum. Misalnya, situs resmi BPJS Kesehatan, seperti mobile JKN, memberikan pengguna akses informasi 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Namun, kemampuan untuk mengakses internet dan mencari informasi secara mandiri dianggap sebagai kelemahan (Fatikasari & Sunarya, 2021).

Oleh karena itu, penting bagi BPJS Kesehatan untuk terus mengembangkan konten-konten yang menarik dan interaktif guna memastikan informasi kesehatan sampai kepada semua lapisan masyarakat. Penyampaian informasi yang baik mengenai pentingnya memiliki kesadaran kesehatan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat dan mendorong tindakan yang lebih sadar terhadap kesehatan. Seperti yang diungkapkan oleh Putri (2024), Promosi kesehatan melalui media sosial efektif dalam meningkatkan pengetahuan kesehatan dan memotivasi perubahan perilaku sehat.

Analisis resepsi merupakan salah satu studi khalayak dalam komunikasi massa yang mengkaji tentang penerimaan dan pemaknaan pesan serta peranan pesan yang diterima oleh khalayak melalui media di dalam kehidupan sehari-hari. Analisis resepsi baik sebagai topik pembicaraan maupun sebagai landasan dari aktivitas yang dilakukan berdasarkan topik-topik yang dibicarakan. Analisis resepsi mencoba memahami bagaimana khalayak memaknai pesan yang disampaikan oleh media sehingga khalayak tersebut menerima dan mengikuti pesan yang didapatkannya. Sehingga, analisis ini lebih berfokus pada khalayak itu sendiri. Penggunaan kata khalayak yaitu merujuk pada kajian penyiaran awal dan akses terhadap informasi. Arti itu berkembang sesuai dengan kajian apa yang dipakai sebagai kacamata dalam memandang term khalayak (Ross, 2003). Semakin berkembangnya teknologi komunikasi dan internet menjadikan khalayak lebih bebas dalam memaknai sebuah pesan. Dalam dunia media sosial, khalayak bukan lagi hanya sebagai penerima pesan tetapi juga bisa menjadi pemroduksi pesan sekaligus pemroduksi makna (Gilmor, 2004).

Menurut Morley (dalam Nisa 2017), membahas mengenai khalayak didasarkan pada dua asumsi dasar. Pertama, khalayak selalu aktif, tidak lah pasif. Kedua, isi media bersifat berbagai macam dan selalu dapat diinterpretasikan. Sehingga, sorot kajian ini adalah peran aktif khalayak dalam membangun serta memberi makna pada pesan yang diterimanya, pesan tersebut dapat berupa teks, audio, maupun audio-visual yang disampaikan oleh media (Isabertha, 2017. Pemaknaan seseorang terhadap suatu konteks berbeda-beda. Hal tersebut terjadi karena manusia sebagai pemproduksi makna tidak terlepas dari referensi yang ia

punya. Artinya, seseorang memiliki referensi berbeda antara satu orang dengan yang lainnya atau biasa disebut frame of reference. Kemudian, selain itu ada juga field of experience atau luasnya pengalaman antara satu orang dengan orang lainnya tidak dapat disamaratakan

Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana konten mereka diterima oleh masyarakat menjadi sangat penting. Penelitian ini akan memberikan pemetaan resepsi khalayak terhadap pesan yang dikemas oleh institusi publik melalui *platform digital*. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengambil kebijakan, praktisi komunikasi pemerintah, serta pengelola media sosial institusi publik lainnya. Berdasarkan paparan di atas, maka penelitian dengan judul **" Analisis Resepsi Followers Terhadap Informasi Kesadaran Kesehatan di Instagram @BPJSKesehatan_RI"** menjadi sangat relevan Penelitian ini tidak hanya mengkaji efektivitas konten digital, tetapi juga mendalami bagaimana proses komunikasi berlangsung dalam realitas masyarakat yang *kompleks* dan *heterogen*. Dengan menggabungkan pendekatan konseptual dari Stuart Hall dan konteks praktik komunikasi digital, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademik yang kuat sekaligus dampak praktis yang nyata bagi pembangunan komunikasi kesehatan yang lebih baik di era digital.

1.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah analisis resepsi followers terhadap informasi kesadaran kesehatan di Instagram @BPJSKesahatan_RI.

1.3. Pertanyaan Peneliitian

Berdasarkan uraian pada fokus penelitian di atas, maka pertanyaan penelitian adalah Bagaimana resepsi followers terhadap informasi kesadaran kesehatan di Instagram @BPJSKesahatan_RI?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Resepsi followers terhadap informasi kesadaran kesehatan di Instagram @BPJSKesahatan_RI.

1.5. Manfaat

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam beberapa aspek berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi digital dan komunikasi kesehatan. Dengan menggunakan pendekatan konsep resepsi dari Stuart Hall, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana pesan-pesan kesehatan yang dikemas melalui media sosial, khususnya Instagram, dipahami dan dimaknai oleh khalayak. Hasil penelitian ini dapat memperkuat relevansi konsep encoding/decoding dalam konteks komunikasi digital di Indonesia, serta membuka ruang diskusi lebih lanjut mengenai dinamika interpretasi pesan oleh audiens yang beragam secara sosial, budaya, dan demografis. Selain itu, temuan dalam studi ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian lanjutan yang berfokus pada efektivitas strategi komunikasi lembaga pemerintah dalam membangun kesadaran kolektif melalui media sosial.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi BPJS Kesehatan dalam merancang dan mengevaluasi strategi komunikasi digital yang lebih efektif, khususnya melalui platform Instagram. Temuan dari studi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk memahami bagaimana masyarakat menafsirkan pesan kesehatan yang disampaikan secara daring, serta sejauh mana konten yang dipublikasikan mampu membentuk kesadaran dan memengaruhi perilaku audiens. Penelitian ini juga dapat membantu pengelola media sosial instansi publik untuk mengembangkan konten yang lebih relevan, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik khalayak. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dan praktisi komunikasi pemerintah dalam menyusun program komunikasi kesehatan yang responsif terhadap kebutuhan dan preferensi masyarakat di era digital