

Skripsi

INFORMASI KESEHATAN REPRODUKSI (KESPRO) DAN SEKSUALITAS
REMAJA DI MEDIA SOSIAL
(Studi Akun Instagram @tabu.id)

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S. Sos)



Oleh :

NIA AULIANI (1506026008)

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2020

NOTA PEMBIMBING

Lamp. :

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada:

Yth. Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu‘alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : NIA AULIANI

NIM : 1506026008

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : INFORMASI KESEHATAN REPRODUKSI (KESPRO)
DAN SEKSUALITAS REMAJA DI MEDIA SOSIAL
(STUDI AKUN INSTAGRAM @tabu.id)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan pada sidang skripsi. Demikian atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu‘alaikum Wr. Wb.

Semarang, 27 Juni 2020

Pembimbing,

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**INFORMASI KESEHATAN REPRODUKSI (KESPRO) DAN SEKSUAL
REMAJA DIMEDIA SOSIAL**

(Studi Akun Instagram @tabu.id)

**Disusun oleh:
Nia Auliani 1506026008**

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi
pada tanggal 7 Juli 2020 dan dinyatakan lulus.

Susunan Dewan Penguji

Ketua



Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth M.Hum.
NIP: 196201071999032001

Sekretaris

Akhriyadi. Sofian, M. A
NIP:-

Penguji I

Dr. H. Mochamad Parmudi M.Si.
NIP: 196904252000031001

Penguji II

Nur Hasyim, M.A.
NIP:-

Pembimbing I

Akhriyadi Sofian, M. A.
NIP :-

Pembimbing II

Naili Ni'matul Illiyun, M. A.
NIP: 19910110 201801 2003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan, maupun yang belum/ tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 27 Juni 2020

Nia Auliani

1506026008

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “INFORMASI KESEHATAN REPRODUKSI (KESPRO) DAN SEKSUALITAS REMAJA DI MEDIA SOSIAL (STUDI AKUN INSTAGRAM @tabu.id). Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi umat manusia.

Selama proses skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan kepada penulis. Terima kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi, diantaranya kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor UIN Walisongo dan segenap pimpinan di UIN Walisongo Semarang
2. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang
3. Dr. H. Moch. Parmudi selaku Ketua Jurusan Sosiologi
4. Bapak Akhriyadi Sofian, M. A., dan Ibu Naili Ni'matul Illiyun, M. A. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan yang dengan tulus telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan masukan, pengarahan serta motivasi sehingga bisa tersusun skripsi ini
5. Segenap dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis
6. Segenap tendik di lingkungan FISIP UIN Walisongo yang telah membantu secara administratif
7. Terkhusus untuk kedua orang tuaku Bapak Abdul Aziz dan Ibu Siti Zahro yang senantiasa memberikan do'a, dan kasih sayang, materi, dan segalanya bagi penulis yang selalu penulis harapkan ridhonya

8. Co-Founder @tabu.id Kak Alvin, Tim tabu.id, dan *followers* yang telah memberikan ruang bagi penelitian skripsi dan membantu penulis dalam melakukan penelitian
9. Ichsan, April, Ipih, Lukman, Rexi, dan teman-teman seperjuangan Sosiologi UIN Walisongo tahun 2015 lainnya yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan
10. Teman-teman organisasi di Lembaga Pers Mahasiswa Reference, dan BEM FISIP 2016 yang sudah penulis anggap sebagai keluarga sendiri
11. Teman-teman staf dan relawan Pilar PKBI Jawa Tengah. Kak Nona, Kak Rosta, Kak Ika, Kak Wulan, Kak Lucky, Kak Tata, Kak Fu, Kak Ajis, Kak Alan, Kak Ninuk, Kak Malik, Kak Fe, Abdan, Feni, Jannati, Lutfi, Karin, Estina, Doni, Putri, Muya, Weni, Dede, Diana, Ali, Tiko, Zuzu, Hanong, Tatang, Firda, dan lainnya, terima kasih atas semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan
12. Segenap keluarga dan semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu

Demikian ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang berjasa, semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan yang lebih melimpah. Penulis berharap agar karya dan ilmu penulis berkah dan bermanfaat bagi masyarakat.

Semarang, 27 Juni 2020

Nia Auliani
1506026008

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta Bapak Abdul Aziz dan Ibu Siti Zahro yang selama ini dengan tulus memberikan limpahan kasih sayang yang tulus dan dukungan penuh kepadaku

Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk menuntut ilmu.

MOTTO

“Tubuh Boleh Terpasung, Tapi Jiwa dan Pikiran Harus Terbang Sebebas-
bebasnya”

-R.A KARTINI-

ABSTRAK

Minimnya informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja diasumsikan sebagai penyebab dari akar permasalahan angka kehamilan yang tidak diinginkan, tingginya angka remaja laki-laki yang aktif secara seksual, HIV, dan AIDS. Berdasarkan kondisi remaja yang sangat memprihatinkan tersebut, keberadaan akun Instagram @tabu.id menyediakan aneka kebutuhan informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial yang dapat memiliki makna dalam pembukaan wawasan bagi remaja untuk memperoleh pengetahuan tentang kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja secara tepat.

Penelitian informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja (studi akun instagram @tabu.id) membahas penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial. Peneliti menggunakan metode etnografi virtual atau netnografi dengan menggunakan tahap analisis data model Analisis Media *Cyber* yang terdiri dari empat level yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*). Kajian penelitian ini menggunakan teori new media Pierre Levy dan teori interaksi simbolik Mead.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa akun instagram @tabu.id intensif menyajikan informasi tentang kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja secara kekinian, dilengkapi penggunaan fitur visual dan interaktif dengan melibatkan *followers* dalam interaksi untuk memproduksi konten menggunakan bahasa informal, sebagai ruang aman dan nyaman bagi remaja dalam pemenuhan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas di media sosial.

Kata kunci: Remaja, Media Sosial, Akun Instagram @tabu.id

ABSTRACT

The limited information of reproductive health and adolescent sexuality is assumed to be the cause of the problem of unwanted pregnancy rates and the high number of boys who are actively engaging in sexual relations and suffering from HIV AIDS. Based on the poor conditions of adolescents, the existence of the Instagram account @ tabu.id provides various information needs about adolescent reproductive health and sexuality on social which can educate adolescents, so that, they understand about reproductive health and adolescent sexuality appropriately.

The study about reproductive health and adolescent sexuality information (a study on account instagram @ tabu.id) discusses the presentation of adolescent reproductive health and sexuality information on social media. Researcher uses virtual ethnographic or netnographic methods. Whereas, the data analysis stage is carried out by the Cyber Media Analysis model. The analysis stage is carried out through four levels They are media space, media documents, media objects, and experiential stories. This study uses Pierre Levy's new media theory and Mead's symbolic interaction theory.

Based on studies that have been conducted, the researcher find that the Instagram account @ tabu.id intensively presents information about reproductive health and adolescent sexuality in a contemporary way, supported by the use of visual and interactive features by involving followers in interaction. To produce content, @ tabu.id uses informal language. This is to make the teenagers feel comfortable and interested to access reproductive health and sexuality information on social media.

Keywords: Teenagers, Social Media, Instagram account @ tabu.id

المُلخَص

تَكُونُ مَعْلُومَاتُ مَحْدُودَةٌ عَنِ الصِّحَّةِ الْإِنجَابِيَّةِ وَ الْجِنْسِيَّةِ لِلْمَرَاهِقِينَ سَبَبًا فِي مُشْكَلَةٍ عَدَدٍ كَبِيرٍ عَنِ الْحَمْلِ الَّذِي غَيْرَ الْمَرْغُوبِ بِهَا وَ الْمَرَاهِقُونَ الَّذِينَ يُشَارِكُونَ بِنَشَاطٍ فِي الْعَلَاقَاتِ الْجِنْسِيَّةِ وَ يُعَاوَنُونَ مِنْ فَيْرُوسِ نَقْصِ الْمَنَاعَةِ الْبَشَرِيَّةِ وَ الْإِيدِز (HIV AIDS) . بِنَاءً عَلَي الطَّرُوفِ السَّيِّئَةِ فِي الْعَايَةِ لِلْمَرَاهِقِينَ ، فَإِنَّ وُجُودَ حِسَابِ انْسْتَعْرَامِ @ tabu.id يُوفِّرُ احْتِيَاجَاتِ مِنْ مَعْلُومَاتٍ عَنِ الصِّحَّةِ الْإِنجَابِيَّةِ وَ الْجِنْسِيَّةِ لِلْمَرَاهِقِينَ وَ يُعَلِّمُهُمْ بِالْحَدِّ.

تَنَاقَشُ دِرَاسَةٌ عَنِ مَعْلُومَاتٍ فِي الصِّحَّةِ الْإِنجَابِيَّةِ وَ الْجِنْسِيَّةِ لِلْمَرَاهِقِينَ (دِرَاسَةٌ حِسَابِ انْسْتَعْرَامِ @tabu.id عَنِ مَعْلُومَاتٍ فِي الصِّحَّةِ الْإِنجَابِيَّةِ وَ الْجِنْسِيَّةِ لِلْمَرَاهِقِينَ بِوَسَائِلِ التَّوَاصُلِ الْإِجْتِمَاعِيِّ). تَسْتَحْدِمُ الْبَاحِثَةُ أَسَالِيبَ انْتِزَاعِيَّةٍ أَوْ افْتِرَاضِيَّةٍ. وَ يُعْمَلُ مَرَحَلَةٌ تَحْلِيلِ الْبَيِّنَاتِ بِاسْتِخْدَامِ نَمُودَجِ تَحْلِيلِ الْوَسَائِلِ الْإِلِكْتُرُونِيَّةِ. يَتِمُّ تَنْفِيذُ هَذِهِ الْمَرَحَلَةِ مِنْ خِلَالِ أَرْبَعَةِ مُسْتَوِيَّاتٍ ، وَهِيَ الْفَضَاءُ الْإِعْلَامِيُّ وَ الْوَتَائِقُ الْإِعْلَامِيَّةُ وَ الْأَشْيَاءُ الْإِعْلَامِيَّةُ وَ الْفَقْصُ النَّجْرِيَّةُ. تَسْتَحْدِمُ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ الْبَحْثِيَّةَ نَظْرِيَّةَ الْإِعْلَامِ الْجَدِيدَةِ لِبَيِّنِ لِبِفِي وَ نَظْرِيَّةَ التَّفَاعُلِ الرَّمْزِيِّ لِمِيد.

اسْتِنَادًا إِلَى الدِّرَاسَاتِ ، تَجِدُ الْبَاحِثَةُ أَنَّ حِسَابَ انْسْتَعْرَامِ @tabu.id يُقَدِّمُ مَعْلُومَاتٍ مَكْتَفَةً عَنِ الصِّحَّةِ الْإِنجَابِيَّةِ وَ الْجِنْسِيَّةِ لِلْمَرَاهِقِينَ بِطَرِيقَةٍ مُعَاَصِرَةٍ ، تَكْمَلُهَا بِالْمِيزَاتِ الْمَرْئِيَّةِ وَ التَّفَاعُلِيَّةِ مِنْ خِلَالِ إِشْرَاكِ الْمُنَاطِعِينَ فِي التَّفَاعُلِ. لِإِنْتِاجِ مَحْتَوَى ، يَسْتَحْدِمُ @tabu.id لُغَةً غَيْرَ رَسْمِيَّةً لِأَنَّ يَشْعُرُوا الْمَرَاهِقُونَ بِالرَّاحَةِ وَ الْأَهْتِمَامِ بِالْحُصُولِ إِذَا يُوْصَلُونَ الْمَرَاهِقُونَ عَنِ مَعْلُومَاتٍ فِي الصِّحَّةِ الْإِنجَابِيَّةِ وَ الْجِنْسِيَّةِ لِلْمَرَاهِقِينَ بِوَسَائِلِ التَّوَاصُلِ الْإِجْتِمَاعِيِّ

الكَلِمَاتُ الْمَفْتَحِيَّاتُ: الْمَرَاهِقُونَ ، وَسَائِلُ التَّوَاصُلِ الْإِجْتِمَاعِيِّ ، حِسَابِ انْسْتَعْرَامِ @tabu.id

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
المُلخَص	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Metode Penelitian.....	17
BAB II.....	24
INFORMASI KESEHATAN REPRODUKSI, REMAJA DAN MEDIA SOSIAL.....	24
A. Informasi Kesehatan Reproduksi	24
1. Konsep Informasi.....	24
2. Kesehatan Reproduksi (kespro) dan Seksualitas.....	24
3. Informasi Kesehatan Reproduksi (kespro) di Media Sosial.....	26
B. Remaja.....	27
1. Konsep Tentang Remaja	27
2. Ciri Remaja	29
C. Media Sosial sebagai New Media	30
1. Sejarah Internet dan Perkembangan Media Digital di Indonesia.....	30
2. Media sosial (Medsos): Media Informasi dan Komunikasi Baru	37

3. Konsep Media Sosial	38
4. Media Sosial Instagram.....	40
5. Teori New Media dalam Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) dan Seksualitas Remaja Di Media Sosial.....	44
BAB III	47
AKUN INSTAGRAM @tabu.id SEBAGAI FOKUS KAJIAN	47
A. Gambaran umum Kota Semarang	47
1. Kondisi Geografis	47
2. Kondisi Demografis.....	47
B. Akun Instagram @tabu.id.....	50
BAB IV	64
PENYAJIAN INFORMASI KESEHATAN REPRODUKSI (KESPRO) DAN SEKSUALITAS REMAJA DALAM AKUN INSTAGRAM @tabu.id	64
A. Pengelolaan Konten Media Sosial @tabu.id dalam Pemberian Informasi Kesehatan Reproduksi (kespro) dan Seksualitas Remaja.....	64
1. Target Sasaran Konten Akun Instagram @tabu.id	65
2. Bentuk Konten Pada Fitur Akun Instagram @tabu.id	67
3. Pola Konten Akun Instagram @tabu.id pada Informasi Kesehatan Reproduksi dan Seksualitas Remaja.....	76
4. Pemilihan Gambar	87
B. Alasan Penyajian Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) Dan Seksualitas Remaja Di Akun Instagram @tabu.id.....	89
1. Teknik Penyusunan Pesan Pada Konten Informasi Kesehatan Reproduksi (kespro) dan Seksualitas Remaja Akun Instagram @tabu.id	90
2. Teknik Struktur Pesan pada Akun Instagram @tabu.id.....	98
3. Teknik Isi Pesan pada Konten Akun Instagram @tabu.id	100
C. Konten Pesan Akun Instagram @tabu.id	106
1. Konten tentang Pubertas remaja yang membahas topik manajemen kebersihan menstruasi	106
2. Konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) untuk Remaja Masa Kini	110
3. Penyajian Informasi Penyakit Menular Seksual (PMS) Secara Tidak Tabu.....	115
BAB V.....	121
PENUTUP.....	121

A. SIMPULAN.....	121
B. KRITIK DAN SARAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	135
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	139

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa remaja merupakan suatu tahap antara masa anak-anak dengan masa dewasa. Istilah tersebut menunjukkan masa dari awal pubertas sampai tercapainya kematangan; biasanya mulai dari usia 14 tahun pada pria dan usia 12 tahun pada wanita. Transisi ke masa dewasa bervariasi dari satu budaya ke kebudayaan lain, namun secara umum didefinisikan sebagai waktu di mana individu mulai bertindak terlepas dari orang tua mereka (Ahyani & Astuti, 2018: 83).

Perubahan fisik pada masa remaja menjadi hal yang tidak bisa dihindari dalam kesehatan reproduksi (kespro), karena pada masa tersebut terjadi pertumbuhan fisik yang sangat cepat untuk mencapai kematangan, termasuk organ-organ reproduksi sehingga mampu melaksanakan fungsi reproduksinya. Perubahan yang terjadi yaitu seperti munculnya tanda-tanda seks primer, terjadi haid yang pertama (*menarche*) pada remaja perempuan dan mimpi basah pada remaja laki-laki. Munculnya tanda-tanda seks sekunder, yaitu: pada remaja laki-laki tumbuhnya jakun, penis, dan buah zakar bertambah besar, suara bertambah besar, tumbuh kumis, cambang, dan rambut disekitar kemaluan dan ketiak. Pada remaja perempuan ditandai dengan pinggul melebar, payudara membesar, pertumbuhan rahim dan vagina, tumbuh rambut disekitar kemaluan dan ketiak (Marmi, 2013: 46).

Masa pubertas terjadi ketika anak-anak mulai beranjak remaja dan memiliki kesadaran baru akan berbagai pikiran, sensasi, serta emosi yang bersifat seksual. Sebagai remaja mereka mulai tertarik secara seksual pada orang-orang di sekeliling mereka (Pavanel, 2003: 10). Hal ini menjadikan betapa pentingnya kita mengenal seksualitas sebagai suatu perkembangan alami setiap manusia, sebagai hasil pembelajaran dari diri sendiri atau lingkungan sejak usia dini. Realitas dalam masyarakat menunjukkan orang tua lebih berada pada zona yang tertutup, menganggap masalah seksual adalah masalah privat dan tabu. Sedangkan pada masa sekarang ini remaja mudah memperoleh informasi yang canggih tentang seks dan seksualitas dengan memanfaatkan pengetahuan teknologi komunikasi

modern, hal tersebut dikarenakan sifat remaja yang mudah terpengaruh, berada pada kondisi yang tidak stabil, dan berada pada zona yang terbuka. Banyaknya penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja yang tidak benar dan simpang siur menyebabkan kesalahpahaman bagi remaja dan berdampak pada perilaku yang tidak bertanggung jawab, seperti kehamilan yang tidak diinginkan, penularan penyakit menular seksual, serta HIV (*Human Immunodeficiency Virus*), dan lain sebagainya. Adanya pengetahuan tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas disajikan sesuai dengan umur remaja, budaya dalam konteks kehidupan remaja, serta pemberian informasi yang akurat kepada remaja. Hal tersebut mencakup kesempatan bagi remaja untuk mengeksplorasi sikap dan nilai, serta kemampuan pengambilan keputusan ataupun keterampilan hidup lainnya yang dibutuhkan remaja terkait untuk keputusan kehidupan seksualnya.

Banyaknya jumlah kasus HIV (*Human Immunodeficiency Virus*) positif pada tahun 2018 menunjukkan sebanyak 327.282 kasus, dan AIDS (*Acquired Immune Deficiency Syndrome*) sebanyak 114.065 kasus, berdasarkan laman.go.id (Kementerian Kesehatan RI, 2019). Serta pada tahun 2019 kasus Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) menunjukkan angka 2.073 kasus (Catahu Komnas Perempuan, 2019). Artikel kesehatan liputan6.com juga menegaskan bahwa permasalahan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh salah satu *brand* alat kontrasepsi Durex melalui 500 remaja di lima kota besar Indonesia, seperti Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Medan, dan Surabaya yang menyatakan bahwa 58% remaja melakukan penetrasi di usia 18-20 tahun dan 33% remaja pernah melakukan hubungan seks, dan setengah dari hasil tersebut tidak menggunakan alat kontrasepsi seperti kondom (Prasasti, 2019). Adanya berbagai bahaya yang dapat merusak masa depan remaja tercermin pada permasalahan tersebut. Oleh karena itu, pentingnya keterbukaan penyebaran informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja berkaitan dengan hal yang terjadi pada diri remaja dijadikan sebagai upaya pengenalan diri untuk mencapai persepsi yang benar tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas.

Remaja juga memiliki dua nilai, yaitu nilai harapan (idealisme) dan kemampuan. Apabila tidak ada keselarasan antara dua nilai tersebut maka akan memunculkan bentuk-bentuk frustrasi dan akan merangsang remaja untuk melakukan tindakan abnormal (menyimpang). Beberapa tindakan menyimpang yang akan mengkhawatirkan adalah masalah yang berkaitan dengan seks bebas (*unprotected sexuality*), penyebaran penyakit kelamin, kehamilan yang tidak diinginkan (*adolescent unwanted pragnancy*) di kalangan remaja. Permasalahan tersebut dapat menimbulkan masalah lainnya seperti aborsi dan pernikahan usia muda.

Pengaruh informasi global (paparan media *audio-visual*) yang semakin mudah diakses justru memancing anak dan remaja untuk mengadaptasi kebiasaan tidak sehat seperti merokok, minum minuman beralkohol, penyalahgunaan obat dan suntikan terlarang, perkuliahian antar-remaja atau tawuran (Iskandar, 1997). Pada akhirnya, secara kumulatif kebiasaan-kebiasaan tersebut akan mempercepat usia awal seksual aktif serta mengantarkan mereka pada kebiasaan berperilaku seksual yang berisiko tinggi, karena tidak adanya pengetahuan yang akurat dan akses terhadap layanan kesehatan reproduksi (kesrpo) dan seksualitas remaja. Risiko tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berhubungan pada kehidupan sosial berikutnya yaitu adanya pernikahan usia dini, hubungan seksual, akses terhadap pendidikan dan pekerjaan, ketidaksetaraan gender, kekerasan seksual dan pengaruh media massa maupun gaya hidup (Marmi, 2013: 395-396).

Remaja sebagai penggerak utama untuk ikut serta aktif dalam pembangunan, investasi kesehatan remaja menjadi fokus pembangunan nasional. Oleh karena itu, demi keberhasilan pembangunan negara dalam memajukan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau *Sustainable Development Goals* (SDGs) di Indonesia yang mencakup beberapa poin seperti pada tujuan nomor 3 yaitu kehidupan sehat dan sejahtera, adanya pemahaman tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas bermaksud untuk menjadikan tumbuh kembang remaja secara sehat demi kelangsungan hidup yang sejahtera. Tujuan pada nomor 4 yaitu pendidikan yang berkualitas, hal tersebut guna memastikan remaja mendapatkan pengetahuan dan keterampilan untuk mempromosikan

pembangunan berkelanjutan, seperti edukasi terkait hak manusia (hak manusia termasuk hak kesehatan seksual dan reproduksi), kesetaraan gender, dan lainnya. Kemudian tujuan nomor 5 yaitu menjelaskan tentang kesetaraan gender, dengan memastikan akses universal terhadap hak kesehatan reproduksi (kespro) dan seksual bagi perempuan dan laki-laki. Oleh karena itu, pentingnya informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas perlu disebarluaskan, salah satunya yaitu melalui media sosial dalam kehidupan remaja.

Kajian *Global Early Adolescent Study* (GEAS) menunjukkan bahwa remaja mempunyai akses televisi 95,9%, media sosial 90,9%, telepon seluler 84,1% dan komputer 75,1%. Sebanyak 28,4% remaja laki-laki dan 7,7% remaja perempuan pernah menonton pornografi, dan 4,3% remaja laki-laki dan 0,5% remaja perempuan melaporkan pernah mengirim gambar seksual diri mereka sendiri kepada seseorang (*sexting*) (Wilopo, dkk, 2019: 40-42). Remaja yang terpapar konten pornografi secara terus menerus semakin besar hasrat seksualnya. Remaja menerima pesan seksual dari media pornografi secara konsisten berupa *kissing*, *petting*, bahkan hubungan seksual pra nikah, tetapi tidak dijelaskan akibat dari perilaku seksual yang disajikan dalam satunya yaitu kehamilan yang tidak diinginkan. Hal ini membuat remaja tidak berfikir panjang untuk meniru apa yang mereka saksikan. Remaja menganggap keahlian dan kepuasan seksual adalah yang sesuai dengan yang mereka lihat (Indrijati, 2018: 46). Islam sudah menjelaskan dalam Al Qur'an tentang larangan untuk mendekati perbuatan zina, Allah SWT berfirman:

وَلَا تَقْرُبُوا الزَّوْجَىٰٓ أَهْلَٰهٖ كَانَ فُجُورًا وَسَاءَ سَبِيلًا

“Dan janganlah kalian mendekati zina, sesungguhnya zina itu adalah perbuatan yang keji dan suatu jalan yang buruk” (Q.S Al isra: 32).

Zina dalam islam merupakan perbuatan yang sangat tercela dan pelakunya mendapat sanksi sangat berat, baik hukum dera maupun rajam karena alasan yang dapat dipertanggung jawabkan secara moral dan akal (Dewi, 2019: 260).

Pengetahuan terkait informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas menjadi hal yang sangat diperlukan, seperti menurut data *Global Early Adolescent Study*

(GEAS) Indonesia menyebutkan pengetahuan remaja mengenai topik kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas terbilang rendah, yaitu hanya 44,7% remaja mengetahui bahwa perempuan bisa hamil saat berhubungan seksual untuk pertama kali, dan hanya 31,2% remaja mengetahui adanya PKPR (Pelayanan Kesehatan Peduli Remaja) dan hanya 25,3% mengetahui adanya PIK-R (Pusat Informasi dan Konseling Remaja) (Wilopo, dkk, 2019: 34-36). Pentingnya upaya-upaya yang dilakukan baik pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi akses informasi dan edukasi berkaitan dengan akses layanan dan pengetahuan yang menyeluruh mengenai segala aspek kesehatan baik secara fisik dan psikologis, untuk menjadikan remaja juga tertulis pada laman pkbi.or.id bahwa dalam UU No 36 Tahun 2009 Pasal 136 dan 137 yang menyebutkan perlunya pendidikan seks diberikan kepada remaja sebagai upaya pemberian informasi, penyadaran, dan pengajaran tentang masalah seksual dengan menekankan nilai moral, dan etika agar tidak terjadi penyalahgunaan organ reproduksi, sedangkan pornografi merupakan substansi dalam media yang dibuat untuk menyampaikan eksploitasi seksual semata, ketelanjangan serta erotisme dalam ranah umum. Dengan demikian, informasi tentang seks tidak diberikan “telanjang”, melainkan diberikan secara “kontekstual”, yaitu dalam kaitannya dengan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat tentang apa yang terlarang, dan lazim, serta tanpa melanggar aturan. Sehingga pendidikan seks mempunyai ruang lingkup yang kontekstual dan komprehensif.

Permasalahan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas dapat dilihat secara komprehensif yaitu melalui perspektif sosial dan perspektif islam, Pertama, kesehatan seorang perempuan berkaitan dengan eksistensi perempuan dalam lingkungan keluarga dan masyarakat, serta sejauh mana kesadaran akan hak-hak asasi salah satunya yaitu hak reproduksi dan seksualitas. kedua, kesehatan perempuan tidak hanya sebatas kesehatan fisik, melainkan juga kesehatan mental dan sosial. Dengan demikian kaitan erat antara agama (islam) dengan kesehatan dan hak-hak reproduksi dan seksualitas disebabkan karena agama memiliki nilai-nilai yang berhubungan dengan konstruksi realitas sosial (Waliko, 2013: 3-4).

Hak mendapatkan informasi kesehatan dan reproduksi dalam Al Qur'an

menjelaskan tentang asal kejadian manusia dan perkembangbiakannya. Kemudian Al Qur'an menekankan kepada manusia agar benar-benar saling memberikan informasi tentang perlunya menjaga rahim. Sebagaimana Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ
مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

“Dan bertaqwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta (saling memberi informasi) dan saling menjaga rahim-rahim” (Q.S An Nisa: 1).

Ayat tersebut menjelaskan tentang perlunya menjaga hubungan silaturahmi melalui pemenuhan hak dan kewajiban kemanusiaan dan manusia diperintahkan untuk juga saling menjaga rahim, tempat cikalbakal manusia dikandung dan kemudian dilahirkan (Angga, 2011: 484).

Ditulis pada laman rutgers.id, pendidikan seksualitas komprehensif tidak selalu hanya tentang seks, namun berkaitan juga dengan kesehatan, merasa nyaman dengan tubuh sendiri, serta menghargai orang lain. Karena komprehensif artinya menyangkut berbagai aspek mengenai manusia dan dilakukan dengan berbagai pendekatan kreatif yang disesuaikan dengan kebutuhan remaja. maka dari itu, pentingnya mengemas pengetahuan tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja secara menarik untuk diberikan kepada remaja agar dapat disukai, sehingga akan mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku menjadi berorientasi kepada kesehatan dan menghargai orang lain (Admin, 2018).

Indonesia menamakan pendidikan seks ini dengan Pendidikan Kehidupan Berkeluarga, atau Pendidikan Kesehatan Reproduksi. Namun pada masa sekarang ini media sosial menjadi satu acuan remaja dalam memperoleh informasi, hal ini dimulai dari remaja yang lebih banyak menerima informasi melalui media elektronik seperti televisi. Akan tetapi informasi yang ada di televisi sebagian besar hanya mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS) dan HIV-AIDS, sedangkan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas yang komprehensif masih jarang ditemukan. Adanya anggapan bahwa membicarakan tentang kesehatan seksual menjadi hal yang memalukan dan tabu bagi keluarga

dan masyarakat serta informasi yang di dapat malah menyesatkan dan setengah-setengah, sehingga membuat remaja haus akan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas (Afritayeni, 2018: 75).

Sejarah perkembangan reproduksi sudah mulai dirintis sejak terjadinya peningkatan penduduk, hal ini menimbulkan keprihatinan dan menjadi salah satu isu yang penting. Pada tahun 1960 Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) memperkenalkan program keluarga berencana yang mendapat dukungan dari banyak Negara, kemudian tahun 1975-1985 muncul isu tentang kependudukan. Pada tahun 1975 dan 1980 berlangsung Konferensi Perempuan I dan Konferensi Perempuan II yang membahas tentang isu perempuan, kemudian pada tahun 1985 dalam Konferensi Perempuan III isu gender mulai dibahas, dan kemudian pada tahun 1990 mulai muncul pandangan baru mengenai seksualitas, kesehatan reproduksi perempuan dan hak asasi manusia berdasarkan HAM. Hal ini ditandai dengan terselenggaranya Konferensi Tingkat International yang membahas masalah tersebut, seperti Konferensi WINA 1993 yang mendiskusikan tentang HAM dalam perspektif gender dan isu kontroversial mengenai hak reproduksi dan seksual. Kemudian pada tahun 1994, PBB membentuk Konferensi International kependudukan dan pembangunan yang dihadiri oleh 11000 perwakilan dari 180 negara yang menghasilkan kebijakan baru tentang program kependudukan dan pembangunan seperti penyediaan pelayanan kesehatan reproduksi menyeluruh yang memasukkan pelayanan Keluarga Berencana, pelayanan kehamilan, dan persalinan yang aman, pencegahan dan pengobatan infeksi menular seksual (IMS), informasi, dan konseling seksualitas serta pelayanan kesehatan perempuan mendasar lainnya (Harnani, dkk, 2019: 3-5)

Media sosial dalam dunia *cyber* sekarang ini menyertakan informasi sebagai salah satu fungsi dari media itu sendiri, seperti yang dikemukakan dalam (McQuail, 2012: 106). Yang menyebutkan bahwa media mencakup tiga aspek, yakni *pertama*, menyediakan informasi mengenai peristiwa dan kondisi masyarakat. *Kedua*, menunjukkan hubungan kekuatan. *Ketiga*, memberikan sarana informasi, adaptasi, dan pertumbuhan. Dalam hal ini informasi yang disajikan berupa pengetahuan kesehatan reproduksi dan seksualitas yang berisikan

konsep diri, intelegensi, dan juga peran sosial sehingga diharapkan remaja dapat lebih baik dalam memilih dan mempercayai teman serta mengetahui batasan-batasan dalam pergaulan, karena adanya kesalahan dan penyimpangan seksual dapat mengganggu kesehatan fisik maupun mental remaja. Pada media sosial, informasi yang benar berkaitan dengan kesehatan reproduksi dan seksualitas diberikan pada remaja akan mengisi rasa ingin tahu remaja. Seperti pada akun instagram @tabu.id yang akan menjadi studi akun pada penelitian ini, karena informasi yang disajikan yaitu berkaitan dengan kesehatan reproduksi dan seksualitas dari berbagai sumber akurat sehingga diharapkan memberi dampak positif untuk memenuhi rasa ingin tahu remaja terkait dengan kesehatan reproduksi dan seksualitas yang dimilikinya. Informasi yang didapat remaja melalui pendidikan reproduksi dan seksualitas tersebut mampu menjadi tameng dalam mengontrol rasa ingin tahu yang muncul. Karena pada media sosial informasi disampaikan secara sederhana untuk dapat dipahami dan diterima oleh remaja (Rinta, 2015: 166-167).

Informasi menjadi sebuah entitas yang penting dari media sosial, karena pengguna media sosial dapat mengkreasikan representasi identitas, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*) yang diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi. Budaya *cyber* atau *cyberculture* dapat melihat bagaimana budaya itu berada di ruang *cyber* di mana pengguna dapat beraktivitas di media sosial (pengguna, teknologi, perangkat sampai pada konten yang dihasilkan) telah berada dalam mesin produksi kebudayaan dan sekaligus sebagai komoditas dari kebudayaan itu sendiri (Nasrullah, 2015: 37).

Penggunaan media sosial di Indonesia dapat dilihat dalam sebuah artikel di litbang.kemendagri.go.id, yang menuliskan bahwa menurut penelitian oleh *We Are Social*, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari laporan berjudul "*Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" yang diterbitkan tanggal 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa,

pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49% (Anonim, 2018).

Instagram merupakan salah satu *platform* jejaring sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video dan merupakan media sosial populer yang paling sering digunakan keempat setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp dengan jumlah total pengguna media sosial ini mencapai angka 800 juta pada bulan Januari 2018. Diketahui bahwa pengguna aktif Instagram paling banyak berasal dari Amerika Serikat dengan jumlah mencapai 110 juta, Brazil dengan 57 juta pengguna aktif, dan Indonesia dengan jumlah pengguna aktif mencapai 55 juta sebagai peringkat ketiga (Lestari, 2019: 30).

Informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial akun Instagram @tabu.id dilengkapi juga dengan penggunaan fitur menarik seperti visual mulai dari gambar, animasi, infografik, meme, serta video dengan memungkinkan adanya aktivitas dan komentar dari *followers* akun Instagram @tabu.id. Hal ini yang menjadikan peneliti tertarik untuk melihat bagaimana sebuah akun media sosial Instagram bisa menjadi sebuah akun yang efektif sebagai informasi *online* sehingga dapat menarik perhatian remaja untuk mengikuti akun @tabu.id untuk mendapatkan informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja. Dari beberapa hal tersebut, akun ini menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti. Maka, peneliti bertujuan untuk mencari tahu bagaimana penyajian konten untuk membuat remaja tertarik belajar tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas, bagaimana strategi advokasi digital yang dapat meningkatkan kesadaran remaja mengenai pentingnya kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas, serta komponen aktivitas digital apa saja yang dilakukan dalam penyajian konten untuk meningkatkan pemahaman terkait informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas di media sosial pada akun Instagram @tabu.id.

Oleh karena itu, dalam pemberian informasi secara komprehensif dan inovatif sebagai pengetahuan tentang kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) Dan Seksualitas

Remaja Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @tabu.id)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas peneliti dapat menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dalam akun instagram @tabu.id disajikan?
2. Mengapa informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja disajikan pada akun instagram @tabu.id?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana informasi kesehatan reroduksi dan seksualitas remaja di media sosial dalam studi akun @tabu.id, secara terperinci tujuan peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui penyajian informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja dalam akun Instagram @tabu.id
2. Untuk mengetahui mengapa informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja disajikan pada akun instagram @tabu.id

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk:

- a. Penelitian ini memberikan sumbangan referensi ilmiah terhadap masalah keilmuan khususnya dalam kajian sosiologis, baik dalam pemahaman *cyber*, media sosial, informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja.
- b. Penelitian ini menambah keilmuan, wawasan, dan sebagai bahan referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitiann ini bermanfaat untuk:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan selama proses penelitian dan mampu untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh dalam perkuliahan di lapangan.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada masyarakat agar memiliki gambaran tentang bagaimana penyajian informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial.
- c. Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru untuk peneliti terhadap kajian yang diteliti.

E. Tinjauan Pustaka

Kajian mengenai informasi di media sosial telah banyak dilakukan oleh para ahli. Untuk melihat kajian terdahulu pembahasan akan dipilah menjadi beberapa bagian, yaitu:

1. Strategi akun instagram dalam kegiatan informasi

Penelitian mengenai strategi akun instagram dalam kegiatan informasi diantaranya oleh Dhita Widya Putri & Maulida de Mormes (2017) tentang analisis strategi perencanaan pesan pada akun instagram e-commerce @thekufed. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa @thekufed memiliki strategi informasi antara lain; *community building* di mana mereka mendekatkan diri dan membangun hubungan dengan melibatkan targetnya kedalam aktivitas tertentu dan bekerjasama dalam pembuatan konten. Pemilihan media instagram sebagai salah satu strategi yang digunakan karena kelebihan instagram yang bersifat visual, begitu juga penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu tentang informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial pada akun instagram @tabu.id, sedangkan pada penelitian Putri dan Mormes tersebut menemukan bahwa instagram digunakan sebagai *teaser* berupa penggalan informasi kepada masyarakat mengenai informasi produk saja. Sementara terkait dengan konten, teks, dan visual dibuat *emotionless*, yaitu dimana teks yang dirancang tidak memasukkan unsur emosional atau perasaan.

Menurut penelitian Novi Herlina pada tahun 2017 tentang efektivitas komunikasi akun instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi online pariwisata Sumatera Barat. Yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi akun instagram @sumbar_rancak masuk dalam rentan skala yang sangat efektif. Efektivitas komunikasi akun instagram

@sumbar_rancak sebagai media informasi *online* pariwisata dilihat berdasarkan enam kriteria, yaitu penerima atau pemakai (*receiver or user*), isi pesan (*content*), media, format, sumber pesan (*source*), dan ketepatan waktu (*timing*). Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun instagram @sumber_rancak merupakan sebuah media yang sangat efektif sebagai media informasi *online* pariwisata Sumatera Barat namun dalam penelitian ini tidak dilengkapi dengan penggambaran deskripsi kategori efektif berdasarkan beberapa hal yang menjadi pilihan kriteria yang diteliti.

Penelitian Ghina Shabrina Ulfa pada tahun 2017 yang menulis tentang efektifitas instagram *Earth Hour* Bogor sebagai media kampanye lingkungan yang dilakukan oleh *Earth Hour* Bogor melalui instagram @ehbogor sudah efektif dalam menstimulasi perhatian *followers*, hal ini menimbulkan ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut dan keinginan untuk berpartisipasi. Dalam penelitian ini dijelaskan juga beberapa faktor yang mempengaruhi efektifitas instagram @ehbogor sebagai media kampanye gerakan sosial lingkungan yaitu pada tahap perhatian (*Attention*), ketertarikan (*Interest*), keinginan (*Desire*), dan tindakan (*Action*). Dimana frekuensi penyebaran informasi serta kejelasan informasi yang lebih detail secara signifikan dapat mempengaruhi ketertarikan yang lebih tinggi. Namun, karakteristik *followers* yang tidak signifikan membuat variasi yang tidak dapat diketahui sehingga terdapat postingan yang belum tepat mengenai informasi tentang isu atau informasi lingkungan terkini pada akun instagram tersebut.

Oleh karena itu, dari beberapa penelitian tersebut peneliti ingin memperluas kajian terkait bagaimana penyajian informasi akun instagram, sehingga dapat melihat efektivitas instagram sebagai media sosial untuk penyebarluasan informasi. Dalam penelitian kali ini peneliti akan memberikan informasi dari media sosial yang berbeda, karena setiap akun media media sosial memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan informasi berdasarkan fokus informasi serta perbedaan akun media yang diteliti. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan fokus penelitian terkait dengan

bagaimana penyajian informasi yang digunakan pada studi kasus akun instagram @tabu.id dengan informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja.

2. Kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial

Penelitian Farhanah, Raka Ibrahim, dkk tahun 2015 dengan pembahasan mengenai remaja, seksualitas, dan teknologi informasi ditemukan bahwa remaja sebenarnya tertarik menerima informasi terkait HKSR (Hak Kesehatan Seksual Reproduksi). Namun, karena topik ini dianggap terlalu tabu untuk dibicarakan secara terbuka, mereka memilih untuk mencari tahu dari teman-temannya; atau dari sumber informasi daring yang tidak banyak diawasi figur otoritas seperti orang tua. Oleh karena itu, penelitian tersebut juga perlu menyesuaikan konten yang disediakan dengan preferensi remaja, berkaitan dengan konten yang menggunakan bahasa mudah dipahami, topik yang relevan, serta penggunaan foto dengan berbagai warna, infografik, animasi, dan medium visual lainnya yang bisa membuat informasi lebih menarik. Meskipun menurut penelitian tersebut mitra ASK telah dianggap sebagai sumber informasi yang terpercaya. Namun, tidak semua informasi yang dibutuhkan remaja telah diangkat, informasi yang tersedia kadang dianggap tidak relevan dan tidak konsisten, serta kurang rutin muncul untuk bisa dianggap sebagai sumber yang kuat untuk topik kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja.

Penelitian Levi Tina Sari pada 2019 menuliskan tentang perbedaan penggunaan facebook dan instagram terhadap perilaku seks bebas dan remaja usia 15-17 tahun. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa responden yang menggunakan media sosial instagram mempunyai perilaku cukup dalam seks bebas. Hal ini disebabkan instagram terdapat banyak konten-konten pornografi yang mudah untuk dibuka, tanpa harus berteman atau masuk kedalam *group*. Namun, remaja yang sudah mempunyai bekal pengetahuan tentang kesehatan reproduksi dan seksualitas menjadi patokan dalam perkembangan media sosial seperti facebook dan instagram yang menampilkan konten-konten pornografi. Jadi, pengaruh terhadap perilaku

seksual remaja bukan hanya dari penggunaan aktif dalam media sosial seperti facebook dan instagram, namun bisa juga berdasarkan perilaku seksual pada pengalaman dalam berpacaran remaja. Oleh karena itu, penelitian kali ini akan memberikan data atau pernyataan yang lebih lengkap mengenai penggunaan akun instagram dan efektifitasnya bagi remaja, khususnya dalam pemberian informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja yang belum terpenuhi dalam penelitian tersebut.

Penelitian Skripsi Oleh Francisca Vina Oktavia tahun 2017 menuliskan tentang hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku seksual remaja. Penelitian tersebut menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara perilaku menggunakan sosial media dengan perilaku seksual remaja. dalam penelitian ini penggunaan media sosial tidak hanya digunakan sebagai penyedia informasi dalam hal seksualitas saja, namun media sosial digunakan sebagai tempat untuk berkomunikasi dengan orang lain seperti berkomunikasi dengan teman, mencari teman baru, serta bermain *games*, sehingga media sosial yang mereka gunakan tidak mempengaruhi perilaku seksual mereka. Namun dalam penelitian tersebut tidak memberikan perbedaan bagaimana perilaku seksual antara laki-laki dan perempuan.

Beberapa penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti tulis, untuk mempermudah tinjauan maka akan mengklarifikasikan bahwa peneliti akan menguraikan secara lebih jelas tentang bagaimana akun instagram @tabu.id menyajikan informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial.

3. Informasi tabu tentang kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja

Penelitian Zakiyah Ratna, dkk di tahun 2016 yang berjudul “Tabu, Hambatan Budaya Pendidikan Seksualitas Dini pada Anak di kota Dumai” yang menyatakan bahwa orang tua memiliki kekhawatiran anaknya menjadi korban kekerasan seksual anak. Namun, hal tersebut tidak didukung dengan langkah pencegahan yang lebih nyata. Terminologi pendidikan seksualitas seringkali diartikan sebagai suatu hal yang porno oleh sebagian masyarakat

Indonesia. Seksualitas menjadi sebuah pembicaraan yang tabu dalam keluarga. Seperti data penelitian tersebut yang menyimpulkan bahwa pendidikan seksualitas masih merupakan pembicaraan yang porno dalam keluarga, karena masih dirasa risih dan tidak tahu cara menyampaikannya. Untuk itu dalam penelitian tersebut orang tua tidak tahu bagaimana cara pemberian informasi terkait pendidikan seksualitas dengan tepat dan sesuai dengan usia dan tahap perkembangan anak apalagi pada masa remaja. Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini maka peneliti akan memberikan penjelasan lebih lengkap tentang bagaimana akun instagram @tabu.id memberikan informasi terkait dengan kesehatan reproduksi dan seksualitas pada remaja dinilai dari bagaimana media sosial bisa mensosialisasikan informasi tersebut secara lebih jelas dan tepat.

Penelitian Diana Teresa Pakasi, dan Reni Kartikawati pada 2013 yang berjudul “Antara kebutuhan dan tabu: pendidikan seksualitas dan kesehatan reproduksi bagi remaja di SMA”. Kajian penelitian tersebut menunjukkan telah banyak inisiatif lokal mengenai pendidikan kesehatan reproduksi di sekolah, namun hal tersebut belum komprehensif karena materi pendidikan tersebut lebih didominasi aspek biologis (perubahan fisik dan organ reproduksi serta kesehatan reproduksi). Terdapat anggapan bahwa seksualitas merupakan hal yang tabu untuk dibicarakan secara publik dan juga terdapat kekhawatiran pendidikan tersebut dapat membuat remaja ingin tahu dan melakukan seks pranikah. Oleh karena itu, pada penelitian tersebut ditemukan bahwa remaja semakin rentan, akibat rendahnya pengetahuan dan juga tidak berdaya untuk menghindari diri dari pelecehan seksual dan kehamilan yang tidak diinginkan, karena hal itu tidak juga diberikan dan masih terbatas ketika diberikan di sekolah. Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan penjelasan bagaimana pemberian informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas secara lebih efektif melalui akun instagram @tabu.id, diharapkan konstruksi terkait hal tabu menjadi tidak tabu lagi dan lebih positif bagi remaja sebagai pemenuhan dari hak kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja secara bertanggung jawab serta dapat memenuhi

kepentingan dan persoalan yang didefinisikan pada remaja.

4. Interaksi remaja di media sosial

Penelitian Rohayati pada 2017 menuliskan tentang proses komunikasi masyarakat *cyber* dalam perspektif interaksi simbolik. Dengan pernyataan dari penelitian tersebut yaitu masyarakat *cyber* sebagai hasil dari perkembangan teknologi komunikasi menjadikan pola komunikasi turut mengalami perubahan, hal tersebut melibatkan proses-proses interaksi dengan menggunakan simbol-simbol. Dalam prosesnya masyarakat *cyber* membentuk budaya dan pola komunikasinya sendiri. Lewat teknologi informasi mereka menyampaikan pesan dalam sebuah kelompok yang terbentuk lewat *social media* yang digunakan. Hal ini menjadikan komunikasi masyarakat *cyber* kaya akan makna karena sejatinya simbol lebih bermakna dari pada pesan-pesan verbal. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memfokuskan bagaimana sosiologi *cyber* menyajikan informasi dalam penyebaran terkait kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial.

Penelitian Bulan Cahaya Sakti dan Much Yulianto di tahun 2018 yang menuliskan tentang penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja yang menyatakan bahwa pengguna aktif media sosial instagram memanfaatkannya untuk mengisi waktu luang dan mencari informasi. Banyaknya pengguna instagram menimbulkan keberagaman informasi dan konten yang tersedia dalam media sosial instagram. Penelitian ini menyatakan bahwa motivasi dan harapan informan dalam membentuk identitas diri mereka berbeda-beda karena dari pengalaman, latar belakang sifat, dan budaya yang tidak sama. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa pengguna media sosial instagram adalah masyarakat yang merupakan sebuah jaringan interaksi sosial dimana pengguna akan memberikan makna terhadap unggahan ataupun segala bentuk interaksi terhadap dirinya sendiri, maupun kepada pengguna lain. Sehingga pengguna instagram di kalangan remaja, sering memandang diri mereka melalui berbentuk interaksi yang terjadi pada media sosial instagram. Hal tersebut yang kemudian akan

menuntun pengguna instagram membentuk konsep dirinya dalam dunia *cyber*.

Oleh karena itu, penelitian kali ini akan menggali lebih dalam terkait akun media sosial instagram @tabu.id dalam penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dalam akun instagram @tabu.id yang akan mencakup pengalaman dengan memanfaatkan fasilitas dan fitur yang dimiliki oleh media sosial instagram, sehingga dapat mengetahui alasan penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di akun instagram @tabu.id. Adanya pemanfaatan teknologi dalam kehidupan sosial menjadi hal yang menarik untuk dapat diteliti. Berdasarkan pada penelitian sejenis terdahulu di atas, peneliti menyimpulkan bahwa masing-masing media memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan informasi. Dalam semua literatur tersebut masih ada beberapa kekosongan kajian dalam penelitian, sehingga peneliti ingin mengetahui alasan penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di akun instagram @tabu.id melalui interaksi, dan budaya media baru pada informasi media sosial, dengan perbedaan penelitian yaitu seperti media yang diteliti dan fokus informasi yang disajikan pada penelitian sebelumnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2006: 7).

Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual atau netnografi. Peneliti mengikuti perkembangan kajian terhadap media baru khususnya pada media sosial instagram, sehingga komunitas virtual dan identitas *online* memunculkan metode baru. Penggunaan pendekatan

komunitas virtual tidak hanya menggunakan jejaring sosial (*social networks*), tetapi juga menggunakan tradisi sosiologi dalam melihat interaksi dan aksi-aksi kolektif, serta pendekatan antropologi *cyborg* untuk mengkajinya (Nasrullah, 2016: 160).

Netnografi mengadaptasi metode etnografi yang melakukan observasi dan partisipasi untuk melihat keunikan interaksi sosial yang dimediasi oleh komputer. Peneliti mengumpulkan data, melakukan pengarsipan data, dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan, berikut langkah-langkah dalam penelitian netnografi yaitu, *Pertama*, penelitian menentukan Situs sosial (*Social Sites*), menentukan topik untuk investigasi, pada langkah ini peneliti memilih akun instagram @tabu.id sebagai penyedia informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial. *Kedua*, seleksi dan identifikasi akun yang dilakukan oleh peneliti sehingga memilih akun instagram @tabu.id karena ingin mengetahui bagaimana informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja dalam akun instagram @tabu.id dan bagaimana penyajian informasi akun Instagram @tabu.id sebagai penyedia informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja. *Ketiga*, observasi partisipasi dalam komunitas melalui koleksi data (*Data Collection*) yang akan didapatkan peneliti melalui beberapa fitur kreatif melalui konten *feed* instagram yang disertai dengan komentar dari *followers* serta fitur stiker pertanyaan interaktif di instagram *stories* (Kozinets, 2010 dalam Rawung 2017: 20).

Metode tersebut adalah perkembangan baru dalam metode etnografi dengan bantuan internet. Dalam etnografi virtual atau netnografi, tetap dipertahankan prinsip kedalaman dan keluasan informasi yang dihasilkan dengan „masuknya“ periset ke dalam sebuah *setting* kehidupan. Tokoh pencetus metode netnografi adalah Kozinets, dalam karyanya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, Kozinets (2010) mengatakan bahwa netnografi merupakan sebuah teknik penelitian naturalistik yang menggunakan informasi yang

tersedia secara publik di forum-forum *online* sehingga peneliti akan menggunakan metode tersebut guna mengetahui bagaimana pemberian informasi terjadi melalui media sosial instagram. Peneliti juga menggunakan netnografi untuk menginterpretasi hermeneutika yang ditulis dengan gaya prosa yang persuasif, melibatkan, menarik, merangsang, dan mengajak, serta menggunakan ilusi, metafora, perumpamaan, dan analogi (Arnold dan Fischer 1994). Hal ini termasuk pada apa yang akan peneliti lihat dalam penelitian informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial instagram akun @tabu.id melalui teks *caption* yang ditulis dalam akun instagram tersebut (Bakry, 2017: 22-24).

2. Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti khusus untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari peneliti mengirim email dan *chatting*, atau wawancara via *online*. Informan pada penelitian ini yaitu *Co-Founder* akun instagram @tabu.id, pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dan *purposive* (sengaja).

b. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat (Hasan, 2004: 102). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi dari akun instagram @tabu.id, buku, artikel, jurnal, berita, internet, dan sumber lain yang berkaitan dengan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial. Sumber data sekunder didapatkan melalui dokumen akun instagram @tabu.id dan observasi interaksi yang terjadi dalam akun instagram @tabu.id, hal ini dikarenakan

peneliti mempertimbangkan aktivitas penyebaran informasi yang terjadi di dalamnya, yaitu pada interaksi antara akun instagram @tabu.id dan *followers* tidak bisa pada satu waktu dan bisa dilakukan kapan saja, sehingga dalam hal ini peneliti melihat interaksi pada informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja melalui adanya *like*, komentar, aktivitas membagikan konten, dan aktivitas lainnya dalam akun instagram @tabu.id.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi

Penelitian yang dilakukan dengan cara menggunakan pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang sedang diteliti (Sutoyo, 2009: 71). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi dengan mengamati akun instagram @tabu.id dan interaksi di dalamnya melalui *feed* serta fitur stiker pertanyaan interaktif di instagram *stories*.

b. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban langsung dari sumber utama data. Peneliti merupakan pewawancara dan sumber data adalah orang yang diwawancarai (Kountur, 2007: 186). Teknik wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara mendalam merupakan sebuah percakapan peneliti antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti pada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab (Danim, 2002: 130). Pada pelaksanaannya, hal yang penting dalam pengumpulan data yang nantinya akan diwawancarai secara mendalam berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti merupakan informan yang dipilih, yaitu: *Co-Founder* akun instagram @tabu.id dengan peneliti melakukan wawancara secara *online*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mencari data mengenai hal-

hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2002:33) dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan melihat dan mencatat suatu dokumen yang sudah tersedia dari data pada akun instagram @tabu.id seperti materi pada konten yang diupload, berupa data gambar atau tertulis yang mendukung penelitian informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial.

4. Teknik Analisis Data

Tahap analisis data yang digunakan dalam penelitian informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial pada akun instagram @tabu.id ini yaitu menggunakan model Analisis Media *Cyber*. Metode analisis *cyber* ini terdiri dari empat level yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*). Keempat level tersebut dikategorikan dalam level mikro dan level makro. Level mikro terdiri dari unit analisis teks termasuk ruang media dan dokumen media. Pada level mikro peneliti dapat menguraikan bagaimana perangkat media *cyber*, tautan yang ada, sampai hal-hal yang dapat dilihat dipermukaan. Sedangkan pada level makro melihat konteks yang menyebabkan teks *caption* diunggah dalam akun instagram @tabu.id (Nasrullah, 2014: 205). Berikut ini uraian keempat level dalam analisis media *cyber*:

a. Ruang media (*Media Space*)

Level ini berisi tentang struktur perangkat dan penampilan yang ada di media *cyber*, mulai dari prosedur memiliki akun, bagaimana membuat dan mempublikasikan tulisan yang ada di media sosial, bagaimana prosedur memiliki akun di media sosial, bagaimana mengatur (*setting*) siapa saja yang dapat melihat tulisan tersebut, dan bagaimana cara menjawab (*reply atau retweeted*) dari tulisan orang lain. Dalam hal ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana *followers* mengunjungi akun instagram @tabu.id, pola interaksi yang terjadi pada media sosial akun instagram @tabu.id, serta mengetahui

perangkat yang dapat digunakan untuk mengakses konten seperti fitur stiker pertanyaan interaktif instagram *stories* yang digunakan akun instagram @tabu.id. Oleh karena itu, peneliti berpartisipasi sebagai pengamat atau observer pada akun instagram @tabu.id.

b. Dokumen media (*Media Archive*)

Dokumen media berisi teks yang dibuat berupa konten mulai dari kalimat, foto, gambar, video, dan visual lainnya pada akun instagram @tabu.id sehingga hal tersebut dapat merepresentasikan pendapat atau opini, ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, kultur budaya, hingga merepresentasikan identitas dari khalayak. Dalam hal ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana produksi dan distribusi penulisan caption dalam akun instagram @tabu.id serta perkembangannya, mengetahui nilai yang terkandung dalam konten Perubahan pada masa pubertas remaja, Kekerasan dalam Pacaran (KDP), dan Penyakit menular seksual (PMS) yang berkaitan dengan budaya populer pada remaja, serta mengetahui makna simbol yang digunakan dalam konten akun instagram @tabu.id. Dokumen yang digunakan pada penelitian ini adalah konten gambar, foto atau video *screenshot* akun instagram @tabu.id yang di dapatkan dari *feed* dan fitur stiker pertanyaan interaktif di instagram *stories*.

c. Objek media (*Media Object*)

Objek media merupakan unit yang spesifik karena peneliti bisa melihat bagaimana aktifitas dan interaksi antar pengguna, baik dalam unit mikro maupun makro. Sehingga peneliti dapat mengetahui interaksi yang terjadi pada akun instagram @tabu.id, konten yang dibahas dalam akun instagram @tabu.id yang berkaitan dengan kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja, khususnya konten Perubahan pada masa pubertas remaja, Kekerasan dalam Pacaran (KDP), dan Penyakit menular seksual (PMS), serta mengetahui budaya yang dibangun dalam membangun interaksi dan aktivitas pada media sosial akun instagram @tabu.id. oleh karena itu, peneliti akan

melakukan pengamatan dari komentar dalam konten dan melalui wawancara *online* kepada *Co-Founder @tabu.id*.

d. Pengalaman (*Experiental Stories*)

Pada level ini, peneliti akan mencari bagaimana motif atau landasan bagaimana teks itu diproduksi dan memberikan dampak. Sehingga peneliti dapat melakukan interpretasi terhadap realitas atau fenomena yang dijumpai melalui informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas remaja di media sosial pada akun instagram *@tabu.id*. Peneliti akan mengetahui permasalahan yang menjadi latar belakang pembuatan konten dalam akun instagram *@tabu.id*, mengetahui respon dalam konten antara *followers* dan akun instagram *@tabu.id*, serta penyajian informasi yang dilakukan oleh akun instagram *@tabu.id* dalam informasi kesehatan reproduksi dan seksualitas pada remaja di media sosial. Peneliti akan mencari bagaimana motif atau landasan bagaimana konten diproduksi melalui wawancara *online* kepada *Co-Founder* akun instagram *@tabu.id*

BAB II

INFORMASI KESEHATAN REPRODUKSI, REMAJA DAN MEDIA SOSIAL

A. Informasi Kesehatan Reproduksi

1. Konsep Informasi

Pada abad pertengahan “*enforme, informe*”, berasal dari bahasa Prancis, yang mempunyai arti “memeberikan rupa”, dan istilah baru „masyarakat informasi” yaitu bentuk kepada sejumlah aspek komunikasi yang lebih berhubungan secara lebih luas, seperti pengetahuan, berita, kesusastraan, hiburan, dipertukarkan melalui media yang berbeda-beda dan melalui bahan media yang bermacam-macam. Tahun 1960-an dan seterusnya, semua pesan umum maupun yang bersifat pribadi, verbal atau visual, mulai dianggap sebagai “data”, yaitu informasi yang dapat dipindahkan, dikumpulkan dan dicatat, terlepas dari asal-usulnya, secara lebih efektif melalui teknologi elektronik. Kemudian pada akhir abad ke-20, konsep diperluas dari perubahan kata “*informatique*” dan “*informatisation*” yang mempengaruhi cara berpikir dan merasa tentang komunikasi, prosedur dan putusan para pengusaha serta kebijakan pemerintah. Sebuah teks Prancis menyanjung masyarakat informasi sebagai peradaban yang paling tinggi (Briggs & Burke, 2006: 320).

2. Kesehatan Reproduksi (kespro) dan Seksualitas

Permasalahan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja perlu pemahaman secara lebih mendalam tentang bagaimana kesehatan dapat dikaitkan dengan kehidupan sosial budaya yang ada pada kehidupan remaja. Organisasi kesehatan Dunia (WHO) menggambarkan kesehatan sebagai “keadaan fisik, mental dan kesejahteraan sosial yang menyeluruh dan tidak hanya ketiadaan penyakit atau kelemahan” (WHO, 1946) dalam (Gurung 2011; Sarafino dan Smith, 2012). WHO dalam Deklarasi Alma Ata tahun 1978 kemudian mengeluarkan definisi kesehatan yaitu “keadaan lengkap fisik, mental, dan kesejahteraan sosial (*social well being*), dan

bukan hanya tidak adanya penyakit atau kelemahan”. Dengan demikian, definisi tersebut menyangkut aspek-aspek seperti kualitas hidup (Fernandez – Ballesteros, 1998; Orley & Kuyken, 1994), kesejahteraan subjektif (Diener, 1996), dan kesehatan mental yang positif (Minsel, Becker, dan Korchin, 1991).

Sebagaimana diungkapkan oleh (Berry, Poortinga, Seggall, Dasel, 2002) bahwa definisi kesehatan secara umum yaitu: (1) kesehatan melibatkan kebugaran fisik dan kondisi puncak, (2) Kesehatan merupakan kebugaran dan kebahagiaan psikologis, (3) Kesehatan mencerminkan keseimbangan antara kekuatan alam dalam tubuh, (4) kesehatan terkait dengan kegiatan spiritual seseorang atau kurang dari itu, (5) kesehatan merupakan tidak adanya penyakit, dan (6) kesehatan adalah cadangan yang memberikan ketahanan terhadap penyakit. Hal ini menyebabkan individu perlu mencapai kesehatan optimal dengan mengatur pola makan dan minum serta bergaya hidup sehat. Meskipun terjadi perbedaan, namun hal ini dapat melewati batas-batas kesehatan fisik, sehingga dapat dikaitkan pada alam psikologis dan sosial. Kesehatan dipandang sebagai prasyarat bagi pembangunan manusia, baik individu maupun nasional, dan sebagai tanggung jawab semua orang, tidak hanya sebagai tanggung jawab profesional spesialis kesehatan (Sarwono, 2014: 143- 145).

Ditinjau dari pendekatan biomedis dan sosial budaya, salah satu aspek kesehatan reproduksi (kespro) remaja adalah perilaku seksual remaja laki-laki dan perempuan. Hal ini dimulai dari pengetahuan remaja laki-laki dan perempuan tentang organ reproduksi dan fungsinya, perilaku kekerasan dalam pacaran, dan penyakit menular seksual. Makna “reproduksi” tersusun dari dua kata yakni “re” dan “produksi-*production*”, kata “re” bermakna kembali dan kata “produksi” bermakna menghasilkan atau membuat. Jadi, makna kata “reproduksi” yaitu perangkat atau alat yang digunakan sebagai cara membuat generasi atau keturunan untuk melanjutkan keturunan atau nasab. Organ reproduksi dapat berfungsi secara maksimal ketika organ itu “matang”, tepatnya ketika organ reproduksi yang dimiliki oleh individu

memasuki masa puber atau dewasa yakni masa ketika seseorang mengalami perubahan fisik atau tubuh (Abdullah dkk, 2002: 87).

Perlindungan negara terhadap hak dan kesehatan reproduksi (kespro) masih minim, hal ini berakibat pada permasalahan kesehatan reproduksi (kespro) seperti tingginya angka kematian ibu, kekerasan seksual, serta tingginya jumlah penderita HIV/AIDS tiap daerah dan tiap tahun. Faktor di antaranya adalah pelayanan kesehatan reproduksi (kespro) yang tidak memadai menjadi satu penyebab. Karena selama ini pelayanan reproduksi remaja masih dianggap tabu dan dianggap tidak sesuai dengan nilai sosial budaya, padahal kurangnya informasi yang tepat mengenai masalah kesehatan reproduksi (kespro) menimbulkan berbagai permasalahan (Rosyid, 2007: 211).

3. Informasi Kesehatan Reproduksi (kespro) di Media Sosial

Berbagai informasi bisa didapatkan masyarakat dengan keberadaan media, media dapat menjadi perpanjangan atau eksistensi indera manusia yang menyerap berbagai informasi di lingkungan sekitar, untuk berbagai aktivitas sehari-hari (McLuhan, 1946). Terlebih era mediasi seperti saat ini, nyaris tidak mungkin manusia bisa melepaskan diri sepenuhnya dari media (McNair, 2011). Seperti pada struktur sosial masyarakat modern sekarang ini, penempatan media menjadi bagian sentral dalam kehidupan, yang dapat dimanifestasikan pada kondisi sekarang ini untuk menjadikan media memiliki potensi yang sangat strategis. Masyarakat bisa mendapat banyak manfaat dari media, hal ini bisa dipahami dari pengertian media yang secara mendasar yaitu sebagai pembawa informasi (Fikri, 2018: 1).

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Kemudian informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi untuk menjadikan informasi sebagai komoditas yang bernilai. Di media sosial, informasi menjadi hal yang dikonsumsi oleh pengguna. Dari sisi pengguna, informasi menjadi

landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring internet.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi diikuti dengan perubahan gaya hidup masyarakatnya, begitu juga dengan remaja di Indonesia. Kemunculan internet yang disusul dengan berbagai sarana media sosial, sehingga komunikasi antara manusia dapat berlangsung *real time* dengan cakupan wilayah lebih luas. Media sosial menjadi media interaksi baru yang membuat ruang-ruang bagi masyarakat untuk saling berbagi, bercerita, dan menyatukan sebuah ide (Meningsing, 2011:17) dalam (Putri, 2016: 14-15).

Menurut Stren (2002) yang melakukan analisis terhadap remaja putri yang sedang menelusur informasi di website, menemukan bahwa internet merupakan ekspresi diri dalam rangka pengembangan kehidupan sosial. Pada penelitian Stren mengungkapkan bahwa internet menyediakan sumber yang baik untuk remaja dalam mengembangkan pengetahuan sosial dan seksual. Selain itu remaja tidak hanya memperoleh informasi dengan membaca artikel di koran tetapi remaja juga dapat melakukan pertukaran informasi dengan berbagai teman melalui jejaring sosial. Hal ini dinamakan *online relationship*, dimana mereka membangun pertemanan di dunia maya (Alyusi, 2016: 5).

Aksesibilitas media yang sangat mudah dijangkau oleh remaja menjadi peluang dalam penyebaran informasi mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas secara cepat dan tepat. Hal ini menunjukkan bahwa peran media dapat ditingkatkan lagi, sehingga media menjadi sumber dari informasi dengan memberikan kontribusi dalam menyediakan informasi mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja.

B. Remaja

1. Konsep Tentang Remaja

Interaksi dan aktivitas yang terjadi pada pemberian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di akun instagram

@tabu.id dapat diketahui melalui bagaimana media sosial menyajikan konten yang berkarakter remaja karena informasi tersebut menjadi konsumsi remaja dalam dunia *cyber*. Kata remaja berasal dari bahasa Inggris *adolescence* yang diadopsi dari bahasa latin *adolescere*, artinya bertumbuh (*to grow*) dan menjadi matang (*to nature*). Kata bendanya *adolesceantia* yang berarti remaja, mengandung arti “tumbuh menjadi dewasa”. Lerner, Boyd dan Du (2010) mengartikan remaja sebagai periode kehidupan dengan karakteristik biologis, kognitif, psikologis dan sosial yang sedang berubah dalam pola yang saling berkaitan dari yang sedang berubah dalam pola yang saling berkaitan dari yang sebelumnya disebut bersifat anak-anak ke kondisi yang bersifat dewasa. Sehingga perubahan yang sedang berlangsung pada karakteristik perkembangan itu individu disebut remaja.

Perkembangan remaja dapat dibedakan menjadi tiga tahap: remaja awal, remaja tengahan, dan remaja akhir. Dinamika dan skopa tumbuh kembang remaja melampaui periode tumbuh kembang individu sejak lahir sangat berbeda dan unik karena prosesnya berbeda-beda dari individu yang satu ke individu yang lainnya. Pakar dan peneliti psikologi perkembangan di Amerika Serikat menggunakan rentang usia 10 tahun sampai dengan usia 24 tahun sebagai definisi kerja remaja. rentang usia ini mempunyai karakteristik perkembangan fisik, kognitif dan sosial-emosional remaja yang disusun oleh *The American Academy of child an Adolescent Psychiatry* (2008) di mana pada rentang usia remaja ini berlangsung proses tumbuh kembang individu yang sangat dinamis dan dibedakan dalam kehidupan individu yang memiliki ciri perkembangan secara fisik, mental, emosional, dan sosial. WHO memandang remaja adalah periode usia 10 tahun sampai dengan 19 tahun yang menggambarkan rentang usia sejak awal pubertas sampai dengan usia matang penuh secara hukum (*legal age*).

Cobb (2010) menyatakan definisi remaja juga perlu menimbang perubahan- perubahan biologis, psikologis, dan sosiologis. Definisi biologis menekankan kejadian-kejadian pubertas yang mengubah tubuh anak menjadi tubuh orang dewasa yang secara seksual dan fisik matang atau

dewasa. Definisi psikologis membedakan remaja dalam kerangka tugas-tugas perkembangan yang dicapai oleh masing-masing individu yang berhubungan dengan tugas untuk mencapai identitas pribadi. Sedangkan definisi sosiologis membatasi remaja dalam kerangka statusnya di masyarakat terutama dalam peralihannya dari periode anak-anak menuju kedewasaan.

Remaja sebagai periode masa peralihan antara anak-anak ke masa dewasa yang dimulai sesuai tercapai kematangan seksual secara biologis sesudah pubertas, pada periode ini individu menunjukkan ciri-ciri seksual sekunder dan sifat-sifat kedewasaan serta mengalami berbagai perubahan fisik, psikologis, mental, dan sosial, yang mana individu mulai memberi perhatian ke lingkungan yang lebih luas melampaui lingkungan keluarga dan lingkungan teman sekolah (Padmomartono, 2014: 1-10).

2. Ciri Remaja

Remaja menurut pandangan masyarakat Indonesia yaitu berdasarkan pedoman batasan usia remaja 11-24 tahun dan belum menikah dengan adanya pertimbangan berikut ini: 1) usia 11 tahun adalah usia ketika tanda-tanda seksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik). 2) Masyarakat Indonesia menganggap usia 11 tahun sudah akil baligh, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan sebagai anak-anak (kriteria sosial). 3) pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas diri, tercapainya fase genital dan perkembangan psikoseksual serta tercapainya puncak perkembangan kognitif maupun moral (kriteria psikologis). 4) batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orang dewasa (secara adat atau tradisi), belum bisa memberikan pendapatan sendiri dan sebagainya. 5) status pernikahan pada usia berapapun dianggap dan diperlakukan sebagai orang dewasa penuh, baik secara hukum maupun dalam kehidupan masyarakat dan keluarga (Sarwono, 2011: 18).

C. Media Sosial sebagai *New Media*

1. Sejarah Internet dan Perkembangan Media Digital di Indonesia

Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu pengguna memilih dan mengatur informasi yang diinginkan atau dibutuhkan secara lebih efisien. Untuk itu, media baru juga berkembang menjadi berbagai macam bentuk dan salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar (Widjajanto, 2013:143).

Definisi lain mengemukakan bahwa media baru merupakan digitalisasi yang merupakan sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang menjadikan suatu pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah suatu yang terus berkembang dari media zaman dahulu sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (Putri, 2016: 23).

Sejarah penemuan teknologi internet bermula dari negara Amerika Serikat. Perkembangan internet pertama dimulai secara tertulis mengenai interaksi sosial yang terjadi melalui sebuah jaringan yaitu pada buku berjudul *Series of Memos* oleh J.C.R Licklider dari MIT Agustus 1962 dengan mengulas konsepnya tentang “*Galatic Network*”. Di mana sebuah jaringan global yang terkoneksi dengan menggunakan komputer memungkinkan setiap orang dengan mudah dapat mengakses data dan program dari sebuah site. Kemudian pada Oktober 1962 seorang direktur program DARPA komputer melakukan penelitian mengenai konsep jaringan ini bersama dengan Ivan Sutherland, Bob Tylor, dan peneliti MIT Lawrence G. Robert. Kemudian pada Juli 1961-1964 Kleinrock berusaha meyakinkan Robert secara teoritikal mengenai kemungkinan komunikasi menggunakan

packet dibanding menggunakan circuit, di mana hal ini nantinya menjadi pijakan utama dalam pengembangan jaringan komputer. Langkah kuncinya adalah membuat komputer ini dapat berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Dan pada tahun 1965 bekerjasama dengan Thomas Merrill, Robert dengan mengkoneksikan TX-2 Komputer di Mass dengan Q-32 di California menggunakan *low speed dial-up telephone line*, yang telah menciptakan *wide area computer network* yang pertama. Hasil eksperimen tersebut yaitu adanya realisasi bahwa *time shared* computer dapat bekerja dengan baik secara bersama-sama, menjalankan program, dan menerima data pada *remote machine*, tetapi pengguna *switching* dengan sistem telepon tidak mampu untuk menjalankan tugas ini secara maksimal. Kemudian pada bulan Agustus 1968, Roberts dan DARPA menyaring dan memperbaiki keseluruhan struktur dan spesifikasi ARPANET, dan RPQ diperkenalkan oleh DARPA untuk pembuatan salah satu komponen kunci *packet switches* yang disebut *Interface Message Processor (IMP)*'s). RPQ ini dimenangkan oleh sebuah grup yang diketuai oleh Frank Heart di Bolt Beranek and Newman (BBN). BBN tim ini telah mengerjakan IMP's dengan Bob Khan pada ARPANET, tipologi jaringan dan ekonomi ditangani oleh Roberts bekerjasama dengan Howard Frank dan tim kerjanya di *Network Analysis Corporation*, dan network measurement, dan sistemnya ditangani oleh timwork measurement di UCLA dan terpilih menjadi node pertama ARPANET. Kemudian Oktober 1972, Khan mengorganisir sebuah demonstrasi ARPANET yang cukup besar, dan sukses di *International Computer Communication Conference (ICCC)*, dan aplikasi electronic mail diperkenalkan oleh Ray Tomlinson dari BBN membuat *software* dasar untuk penulisan, pengiriman dan pembaca pesan (Riswandi, 2003: 11-12).

Pada pertengahan tahun 1980-an, kumpulan jaringan-jaringan mulai disebut sebagai sebuah internet. Pertumbuhan internet berlanjut pada tahun 1990 menjadi 3000 jaringan dan 200.000 komputer. Pada tahun 1992, host ke satu juta telah terhubung pada jaringan. Kemudian pada tahun 1995, terdapat banyak backbone, ratusan jaringan menengah (*regional*), puluhan

ribu LAN, jutaan host dan puluhan juta pengguna telah terhubung. Kemudian pada bulan Januari 1992, masyarakat internet (*internet society*) mulai terbentuk dengan tujuan untuk mempromosikan manfaat internet. Sehingga sejak awal tahun 1990-an internet mulai banyak dipakai oleh para akademisi, pemerintah, dan para peneliti industri. Adanya aplikasi baru, WWW (*World Wide Web*) mengubah wajah internet dan membantu jutaan pengguna baru, seperti nonakademisi. Aplikasi ini ditemukan oleh fisikawan CERN Tim Berners-Lee tanpa mengubah fasilitas yang telah ada namun membuatnya menjadi lebih mudah digunakan. Kemudian bersama dengan Mosaic viewer, yang dibuat oleh NCSA (*National Center for Supercomputer Applications*), WWW memungkinkan sebuah situs (*site*) untuk menyusun sejumlah halaman informasi yang berisi teks, gambar, suara, dan video. Dengan meng-klik sebuah link, pengguna akan segera dibawa ke halaman yang ditunjukkan oleh link tersebut, dalam setahun diluncurkan sejumlah server WWW ini berkembang dari 100 menjadi 7000. Pertumbuhan yang sangat cepat ini berlangsung secara pesat hingga saat ini (Sumargono, 2011: 284).

Pada zaman yang semakin global ini, peluang ilmu komunikasi cukup besar seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sumber informasi yang paling dekat dengan masyarakat adalah media. Seperti pernyataan dalam (Crowley, 2013: 309-325) konsep medium awalnya dikembangkan dari karya Harold Innis dan Marshall McLuhan untuk menggambarkan pergeseran media dalam menyampaikan pengalaman atau perilaku manusia. Artinya, dalam proses komunikasi, media merupakan wahana pelengkap paling pokok dalam penyampaian informasi atau kabar tertentu. Daya tarik membuat media adalah keberadaan penjelasan kontekstual dari sebuah peristiwa sekaligus informasi yang berguna di dalamnya. Rangkaian informasi faktual media merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat sebagai konsumen berita. Terlebih sejak tahun 1920 dalam (Champlin dan Knoedler, 2006: 135-152) diketahui bahwa tugas media ialah melayani kebutuhan publik. Informasi tidak hanya membuat masyarakat

lebih terliterasi, tetapi juga dapat memperluas wawasan (Fikri, 2018: 11-13).

Pada kenyataannya bahwa konfigurasi masyarakat modern yang dapat menikmati informasi “apa saja” sesuai dengan kebutuhan merupakan tantangan utama bagi media massa untuk terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Menurut sistem sosial masyarakat modern, gejala utama yang muncul adalah *new media* semakin populer di tengah masyarakat. Popularitas media dari era tradisional menuju yang modern tidak terjadi begitu saja, tapi telah mencatat sejarah media. Sejak era media ritual pada 40.000 SM-1500 M, era tulisan dan media cetak yang berkisar tahun 1500-1900 M, era media elektronik pada 1900- 2000 (Fikri, 2018: 79-80). Semenjak temuan mesin cetak di tahun 1456, sampai adanya internet pada era akhir tahun 1980 dan awal tahun 1990, media terus bertransformasi menyesuaikan kultur yang ada di masyarakat. Termasuk peran para peneliti, pengamat, dan akademisi yang merupakan intelektual publik yang hidup pada masa lalu yang ketika memasuki abad 21, media juga terus mengalami transformasi. Ketika internet sudah semakin familiar di tengah masyarakat, maka tidak terhindarkan lagi praktik jurnalisme multimedia yang berbasis data atau bisa disebut sebagai jurnalisme data. Teknologi internet masuk ke Indonesia sekitar tahun 1990-an. Popularitas internet terus meningkat di tengah masyarakat (Lim, 2003). Sejumlah kalangan menyebut internet sebagai pencetus terjadinya tsunami informasi, semacam banjir informasi yang mengalir deras pasca terjadinya revolusi teknologi media. Bertolak dari gambaran ini prediksi paling mungkin adalah jumlah pengakses internet akan terus bertambah, kemudian bentuk komunikasi semakin mengarah pada *platform* digital, mengingat spektrum barista di internet amat luas dan membuka berbagai kemungkinan baru (Mann dan Stewart, 2000; Pavlik, 2001; Calabrese, 2004; Allan, 2007; Lim dan Nugroho, 2011; dan AR, 2015).

Seiring dengan fenomena internet yang semakin merata, internet mulai menjadi ajang hiburan, *browsing*, berkirim e-mail, atau *chatting* dengan teman, kolega, atau keluarga di luar daerah. Tingginya antusiasme

masyarakat Indonesia terhadap pengguna internet secara spesifik menarik dicermati. Popularitas penggunaan teknologi baru pada tahun 2000 semakin kuat, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini berawal pada periode tahun 1999 sampai 2010, ketika mulai muncul laptop dan *netbook* yang lebih praktis dan lebih murah biayanya untuk mengakses internet. Memasuki era tahun 2000-an internet semakin familiar bersama warung internet (*warnet*) yang ada di setiap ruas jalan. Hanya saja memasuki tahun 2011, akses internet menjadi hal biasa. Sebagian mulai ditinggalkan pelanggan karena munculnya teknologi modem dan wireless yang jauh lebih murah (Fikri, 2018: 42- 43).

Istilah media baru juga sering dihadapkan pada media tradisional sebagai media yang tidak baru. McQuail (2010) mencatat perbedaan paling mencolok antar media baru dan media tradisional adalah tingkat interaktif pengguna media yang diindikasikan oleh rasio dan respons pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna, bersifat individual bukan interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan pengguna media, tingkat kesenangan dan menariknya sebuah media serta privasi yang tinggi. Oleh sebab itu, media sebagai sebuah media baru telah muncul sejak 50 tahun lalu. Namun, istilah media baru muncul kemudian sebagai sebuah fenomena penemuan baru teknologi komunikasi dan dampak dari pengguna media tersebut.

Berbagai uraian tersebut menjelaskan bahwa pemahaman tentang media baru ditentukan oleh relasi antara produsen dan konsumen. Produsen adalah mereka yang menemukan, memproduksi dan mendistribusikan konten melalui perangkat komunikasi massa atau komunikasi antarwarga. Teknologi komunikasi menjadi dasar bagi pemahaman terhadap konsep media baru. Sementara itu, konsumen adalah mereka yang menggunakan perangkat komunikasi massa atau komunikasi antarwarga sebagai sarana untuk menerima dan menyebar pesan atau saling bertukar informasi. Perkembangan media baru selanjutnya akan sangat dinamis dan terus berubah. Suatu yang dianggap sebagai media baru saat ini, dapat saja

menjadi media tradisional pada masa yang akan datang sebab sejarah media juga penuh dengan sifat kebaruan yang sama. Karakteristik media baru dari (Lister, et al., 2010) antara lain:

- a. Pengalaman tekstual yang baru seperti membaca dalam format digital;
- b. Cara baru untuk berinteraksi global, seperti 3G dan 4G berbasis layar;
- c. Hubungan yang baru antara produsen dan konsumen, seperti berbagai aplikasi transaksi berbasis internet;
- d. Pengalaman baru tentang hubungan antara identitas dan komunitas, seperti terbentuknya komunitas virtual;
- e. Konsepsi baru tentang hubungan tubuh biologis dengan media teknologi, seperti kepalasan tubuh biologis;
- f. Komunikasi yang baru diperantarai komputer, seperti email, ruang obrolan, forum komunikasi berbasis avatar, transmisi gambar suara, *World Wide Web* (WWW), media sosial, situs jejaring, dan telepon seluler;
- g. Semua cara baru dalam mendistribusikan dan mengonsumsi teks media yang memiliki ciri hiper-interaktif dan format *hypertextual*, seperti CD, DVD, dan berbagai platform komputer lainnya;
- h. Realitas baru berbentuk virtual, seperti lingkungan sosial yang dihadirkan dalam kemasan virtual dalam bentuk swafoto, memunculkan budaya pamer.

Era media baru (*new media*) telah memberi perubahan dalam berbagai sektor kehidupan seperti sosial (Amadie, 2015), adaptasi antarbudaya (Sawyer, 2011), pertumbuhan ekonomi (DellAnno, 2016) dan politik (Richardson, 2017). Perubahan tersebut menandai adanya satu aktivitas baru pada satu generasi yang dikenal dengan masyarakat milenial. Mengacu pada Foot dan Stoffan (2000), generasi milenial adalah kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1980 hingga 1995. Kelompok masyarakat ini juga dikenal dengan sebutan *Baby Boom Echo*, karena generasi milenial muncul dari generasi *Baby Boomers* yang lahir sekitar era tahun 1946 hingga 1965.

Generasi milenial adalah mereka yang tumbuh, hidup, dan

berkembang pada iklim komunikasi dengan karakteristik media baru tersebut. Suatu iklim yang lebih terbuka, *hiper-interaktif*, saling terhubung, setara, kaya data, penuh dengan berbagai kecerdasan buatan melalui berbagai manipulasi dan rekayasa. Namun pandangan lain menyebutkan, generasi milenial tidak selalu identik dengan fase tahun, tetapi fase tertentu yang dibentuk oleh peristiwa dan pengalaman historis yang mereka alami (Gilleard, 2004) oleh sebab itu, konseptualisasi generasi milenial dapat dirujuk pada teori tentang sosiologi generasi (Mannheim, 1952). Dalam perspektif ini, anggota dari generasi yang berbeda mengalami masa tumbuh, merasakan, saling memengaruhi dan berbagai pengalaman yang sama pada masa yang sama. Akibatnya, lingkungan sosial dan budaya pada generasi milenial tumbuh selama bertahun-tahun, pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh berbagai kemajuan teknologi yang juga turut mempengaruhi nilai-nilai, sikap, dan perilaku. Hal ini juga menjelaskan bahwa teknologi komunikasi baru berbasis internet telah menghasilkan efek budaya yang luas, sulit diprediksi, dan mengganggu, serta mengubah dinamika hubungan manusia (Davey, et.al, 2010). Pada level individu, perubahan pandangan, sikap atau perilaku pada generasi milenial tersebut sebagai akibat adanya pengaruh teknologi komunikasi selama periode waktu tertentu (misalnya, internet) (van Dijk, 2006).

Kehadiran media baru (*new media*) berbasis internet menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan pandangan, sikap atau perilaku pada generasi milenial. Partisipasi dan interaktivitas antar netizen pada era media baru merupakan kata kunci dalam perubahan tersebut. Mengacu pada Lavinson (2014) lingkungan media baru tersebut sebagai *new media*, yaitu suatu informasi tentang apa saja dalam bentuk apa saja dapat didistribusikan lebih cepat dan luas, yang mungkin mengarah pada bentuk-bentuk masyarakat baru, cara hidup baru dan struktur kekuatan baru dalam masyarakat. (Lestari, 2019: 80)

Teknologi media semakin berpengaruh dan bisa mensubstitusi relasi-relasi hubungan personal individu. Dalam hal ini banyak yang

mencermati fenomena perkembangan media dalam masyarakat. Pengaruh yang terlihat adalah gaya hidup, *life style*, warga kelas tertentu dalam masyarakat bisa berubah paska kemunculan teknologi. Perubahan tersebut mencakup berbagai dimensi seperti dimensi budaya, politik, psikologi massa, maupun sosiologi. Dimensi-dimensi tersebut terpengaruh oleh disrupsi yang mengakibatkan perkembangan teknologi. Disrupsi dapat dipahami sebagai sebuah inovasi. Inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru (Kasali, 2017: 34).

2. Media sosial (Medsos): Media Informasi dan Komunikasi Baru

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menyebabkan kemunculan aplikasi media sosial baru. Pada era ini, dengan adanya ponsel (*smartphone*) yang terkoneksi dengan internet, kita dapat mengakses *facebook, twitter, Line, WeChat*, dan lain sebagainya di mana pun dan kapan pun. Tumbuhnya media sosial terjadi pada tahun 1978. Diawali dengan penemuan sistem papan buletin. Di mana sistem papan buletin tersebut dapat mengunggah dan mengunduh informasi. Hal ini juga dapat digunakan untuk berkomunikasi menggunakan surat elektronik yang terkoneksi internet dan terhubung dengan saluran telepon dan medem. Sistem papan buletin ini ditemukan oleh Ward Christensen dan Randy Suees seorang ahli di bidang komputer. Sebelumnya, perkembangan media sosial pertama kali dilakukan melalui pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti ARPA (*Advanced Research Project Agency*) pada tahun 1971. Pada tahun 1990 di laboratorium fisika Switserland membuat sebuah sistem interkoneksi dalam komputer yang dapat menampilkan *hypertext*, teks, dan gambar visual yang dinamakan *World Wide Web (WWW)* (Lestari, 2019: 11-12).

Pada tahun 1970-an atau 1980-an yang belum terdapat perkembangan *media online*, sehingga ritme kerja para jurnalis yang meliput berita relatif lebih longgar. Pola penyampaian informasi juga relatif lebih lambat jika dikomparasikan dengan laju informasi saat ini. Bila sebelumnya, penyampaian berita, gambar, atau pesan dari luar negeri baru sampai setelah

satu hari, atau seminggu. Pada saat ini, sebuah pesan bisa tersampaikan secara serempak dalam hitungan menit bahkan detik. Berkat kelebihan pada kecepatan, *new media* bisa menjadi alternatif bagi pencari informasi tersedia dan bisa diakses sangat mudah lewat *new media*. Pendeknya, mengetahui seluk beluk metode mengakses *new media* menjadi bermanfaat (Fikri, 2018: 14).

Berdasarkan fungsi atau fasilitas yang ditawarkan, media sosial dapat dibagi pada beberapa jenis, yaitu sebagai berikut.

- a. *Social network*, media sosial yang memberikan fasilitas bangunan jaringan sosial secara virtual (*facebook, myspace, linkedln*, dan lain-lain).
- b. *Discuss*, media sosial yang memfasilitasi peran *user* untuk bisa saling mengobrol (*skype, google talk*, dan lain-lain).
- c. *Share*, media sosial yang memberi fasilitas berbagai file audio, visual dan audio visual (*youtube, slideshow, feedback*, dan lain- lain).
- d. *Social game*, media sosial yang memberi fasilitas game untuk dimainkan bersama (*pogo, saga*, dan lain-lain).
- e. *Livestream*, media sosial yang memberikan fasilitas berupa tayangan bersifat langsung.
- f. *Microblog*, media sosial yang memeberi fasilitas dengan pesan kapasitas lebih terbatas (*twitter, instagram, plurk*, dan lain-lain) (Syahputra, 2019: 30)

3. Konsep Media Sosial

Mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990) media dapat dipahami dari pengertian harfiahnya yang memiliki arti: (1) alat, (2) sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk, (3) perantara, penghubung. Bertolak dari definisi ini, secara eksplisit terdapat beberapa jenis media yang berkembang saat ini. Media cetak yang dicetak dan diterbitkan secara berkala, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media elektronik yang merupakan jenis media yang

mempergunakan alat-alat elektronik modern, seperti radio, televisi, dan film. Sedangkan media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas (Fikri, 2018: 1-3).

Media sosial adalah sebuah media yang isinya diciptakan dan didistribusikan melalui sebuah interaksi sosial. Media sosial merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna berinteraksi dan memberikan timbal balik dengan sesama pengguna, membuat, mengedit dan membagikan informasi dalam berbagai bentuk (Selwyn, 2012). Pertumbuhan media sosial selama beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan cara pemanfaatan internet bagi penggunaannya. Media sosial dalam interaksi sosial secara fungsinya dikondisikan sebagai bentuk kolaborasi, keramahan, dan kreativitas penggunaannya. Penyebaran informasi yang terjadi pada kalangan remaja millennial terbilang sangat cepat akibat media sosial, diungkapkan oleh Grant and meadows (2010) bahwa informasi dalam media sosial berkembang dan menyebar luas (Ainiyah, 2018: 234).

Perubahan teknologi khususnya berupa arus informasi dan komunikasi hasil teknologi baru berdampak sangat besar terhadap tatanan masyarakat dan kebudayaan yang ada. Salah satunya yaitu dengan munculnya media sosial di tengah masyarakat. Media sosial adalah tempat orang berkomunikasi antar sesama pengguna yang secara tidak langsung dan dibutuhkan koneksi internet. Pengguna media sosial dapat berbagi informasi berupa kejadian, foto, dan video. Selain itu, para penggunaannya juga dapat menambah wawasan. Dalam sejarah perkembangan media sosial, internet telah merangkul dunia dan memegang peran manusia dalam kehidupan manusia. Sehingga ciri-ciri media sosial dapat kita ketahui seperti berikut:

- a. Ada partisipasi pengguna. Media sosial mendorong penggunaannya untuk berpartisipasi dan memberikan umpan balik terhadap suatu pesan atau kontennya.
- b. Ada keterbukaan. Sebagian media sosial memberi kesempatan

penggunanya untuk berkomentar, melakukan voting, berbagi, dan lain sebagainya.

- c. Adanya perbincangan. Sebagian besar media sosial memungkinkan adanya interaksi terhadap suatu konten, baik itu reaksi terhadap konten atau perbincangan antarpengguna
- d. Adanya keterhubungan, media sosial memungkinkan para penggunanya saling terhubung dengan fasilitas tautan (*links*) dan sumber informasi lain. Proses pengiriman pesan ke media sosial yang lebih cepat dibandingkan media sosial lainnya menyebabkan banyak informasi terhubung dalam satu media sosial (Lestari, 2019: 2).

4. Media Sosial Instagram

Instagram tersusun dari dua kata yaitu “insta” dan “gram”. Arti kata pertama diambil dari kata “instant” yaitu serba cepat atau mudah, sedangkan kata “gram” diambil dari “telegram” yang maknanya dikaitkan dengan media pengiriman informasi yang sangat cepat (Instagram, 2016). Setiap pengguna instagram akan memiliki sebuah akun, pada akun tersebut terdapat sebuah laman yang menampilkan gambar dan video yang diposting oleh pengguna. Tiap gambar atau video yang diposting dapat diberi komentar atau tanda “*Love*” oleh pengguna lainnya. Fitur lain dari instagram adalah “follow” yang memungkinkan pengguna untuk mengikuti pengguna lain sehingga postingan dari pengguna lain tersebut dapat ditampilkan di laman yang dimiliki (Suriyah, dkk, 2017: 2-3).

Laman virol.co menyatakan bahwa instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut:

- a. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Instagram hanya membatasi foto-foto, kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi termasuk foto atau gambar yang diposting oleh akun instagram @tabu.id akan ditampilkan pada *home page*.

b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*. Oleh karena itu, *followers* dapat memberikan komentar dengan bebas pada akun Instagram @tabu.id terkait tanggapan atau kesan dalam konten yang diposting.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*. Foto, gambar atau video yang terdapat dalam *explore* berasal dari berbagai akun Instagram yang sudah terdaftar, termasuk akun Instagram @tabu.id.

d. Profil

Profil pengguna dapat diketahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *followers* dan jumlah *following*. Pada tanggal 15 Maret 2020, akun Instagram @tabu.id telah memposting foto, gambar, atau video sebanyak 799 postingan, 81 ribu pengikut, dan mengikuti 147 akun Instagram lainnya. Virol.co juga menjelaskan bahwa pada profil Instagram terdapat bio untuk menyambut dan menarik *followers* ketika mengunjungi profil akun Instagram. Bio hanya bisa memuat 150 karakter, sehingga info yang ingin disampaikan pada profil secara ringkas dan jelas, pada akun Instagram @tabu.id memberikan gambaran dan manfaat yang akan mereka dapatkan ketika menjadi *followers* akun tersebut. Termasuk mengenalkan siapa, profesi, atau apa yang akun lakukan. Pada akun Instagram @tabu.id menggunakan

akun bisnis dengan mengenalkan visi dan misi yang akan dibangun akun tersebut. Akun instagram @tabu.id menuliskan Situs web kesehatan dan kebugaran, sebagai ruang belajar tentang kesehatan seksual dan reproduksi untuk anak muda Indonesia. Pada akun instagram @tabu.id menyertakan kalimat ajakan pada bionya berupa tulisan “Tonton TABU” yang dilanjutkan dengan kalimat judul konten terbaru yang menjadi *link* selanjutnya. Dengan memberikan link berupa linktr.ee/tabu/id untuk mengarahkan *followers* menuju *link* yang menampilkan tab dengan diteruskan pada *link* konten video youtube yang membahas tentang topik kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Dalam bio tersebut juga menggunakan emoji untuk lebih menarik atensi atau perhatian orang, memberikan emosi atau ekspresi, menggantikan kata agar bio lebih ringkas dan singkat, memberikan simbol *bullet poin*, serta memperjelas ajakan atau *call to action*.

e. *News feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*Following*” menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul pada tab tersebut (Nugroho, 2018).

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang di unggah lebih mempunyai informasi, bagian-bagian tersebut yaitu:

1) Judul

Judul atau *caption* foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

2) Hastag

Hastag adalah *symbol* bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangata memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hastag tertentu.

3) Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meskipun instagram disebut layanan *photo sharing*, tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Sehingga terdapat beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di instagram, yaitu seperti:

a) Follow

Follow adalah pengikut, dari pengguna instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan instagram.

b) Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol *like* bagian bawah *caption* yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c) Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran,pujian atau kritikan.

d) Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut (Atmoko, 2012: 28)

f. Instagram *Stories*

Instagram *stories* adalah salah satu fitur terbaru dalam membuat dan membagikan konten untuk mengirim foto dan video. Instagram stories

ini bersifat sementara dan tidak dapat dilihat setelah 24 jam. Konten yang dibagikan ke *stories* juga tidak akan muncul pada profil grid dan dalam instagram *feed*. Elitemarketer.id juga menuliskan bahwa cara kerja instagram *stories* ini dapat diakses dan muncul pada bar bagian atas *feed* instagram, untuk dapat melihat *story followers* lain kita hanya perlu untuk tap pada foto profil instagram mereka kemudian akan terlihat secara *full screen* selama 24 jam terakhir.

5. Teori *New Media* dalam Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) dan Seksualitas Remaja Di Media Sosial

Teori *New Media*, yang diperkenalkan oleh Pierre Levy melalui bukunya yang berjudul *Cyberculture* (Littlejohn, 2015 dalam Daeng, dkk: 7-9). *New media* memungkinkan konten untuk dapat diakses kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital, sehingga bergerak secara *real time*. *New media* juga menyajikan proses “demokratisasi” dari, produksi, distribusi, dan konsumsi isi konten media sosial serta adanya umpan balik pengguna secara interaktif dalam partisipasi kreatif dan pembentukan isi media. Istilah "interaktivitas" mengacu pada partisipasi aktif penerima manfaat dari suatu informasi. Sehingga penerima dapat menerjemahkan, menafsirkan, berpartisipasi, dan memobilisasi sistem dalam sebuah informasi (Levy: 2001: 61).

New media ini mempunyai ciri utama yaitu saling keterhubungan antar penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, terbuka dan sifatnya yang ada di mana-mana. Hal ini menjadikan *new media* ikut serta dalam perubahan dan penyebaran objek-objek budaya (McQuail, 2011:34). Menurut Sonia Livingston istilah “*new*” juga dipahami sebagai sesuatu yang baru bagi masyarakat, yaitu dalam konteks sosial dan kultur, tidak hanya sebagai sebuah piranti atau artefak yang berkaitan dengan konteks teknologi semata (Flew, 2005: 2). Sehingga dapat didefinisikan *New media* dapat diartikan sebagai ide, perasaan, dan pengalaman yang diperoleh seseorang melalui keterlibatannya dalam medium dan cara berkomunikasi baru,

berbeda, dan lebih menantang (Ride & Dewdney, 2006:4) dalam (Monanda, 2017: 6).

New media selalu mengalami perubahan terus-menerus, melalui interaksi antara penggunaan kreatif massa, adanya teknologi, serta perubahan budaya. Sebagaimana Levy menyatakan bahwa poin pada *new media* yaitu adanya informasi dalam bentuk dunia virtual dan sistem komunikasi yang bertanggung jawab pada perubahan budaya, dengan memadukan teks, grafik, dan suara yang menciptakan konsep "multimedia" dalam sebuah informasi (Levy, 2001: 44). Peran pemberian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja terdiri dari tiga komponen yaitu, *Pertama*, perubahan dan perkembangan fisik, mental, dan kematangan emosional yang berkaitan dengan masalah seksual pada remaja. di mana remaja dalam masa transisinya mengakibatkan pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja harus diisi dengan materi yang berkaitan dengan gejala-gejala yang dialaminya pada masa tersebut. Sehingga dengan adanya informasi tersebut yang berisikan konsep diri, inteligensi, dan juga peran sosial diharapkan remaja dapat lebih baik dalam memilih dan mempercayai teman serta mengerti batasan-batasan dalam pergaulan untuk mengurangi kesalahan dan penyimpangan seksual yang dapat mengganggu kesehatan fisik dan mental remaja. *Kedua*, pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja juga harus memberikan informasi yang baik dan benar mengenai kesalahan dan penyimpangan seksual yang mengganggu kesehatan fisik dan mental remaja. *Ketiga*, remaja perlu diberikan informasi tentang dampak negatif pergaulan bebas dan perilaku seksual dini, seperti kehamilan tidak diinginkan (KTD), HIV/AIDS, dan penyakit menular seksual. (Rinta, 2015: 165-166). Informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber, banyaknya informasi yang didapatkan tentunya membuat remaja harus lebih waspada dalam menerima dan memilih informasi untuk dapat dibuktikan kebenarannya. Oleh karena itu, diperlukan informasi yang valid terutama di media sosial. Dalam penelitian ini informasi yang dimaksud yaitu data yang

diolah berbentuk digital berupa teks, gambar atau video yang diterima oleh penerima informasi melalui media sosial akun instagram @tabu.id.

Peneliti akan mengetahui bagaimana produksi konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dengan meneliti jenis atau bentuk konten kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja, melalui postingan *feed* akun instagram @tabu.id dengan tema Pubertas, KDP (Kekerasan Dalam pacaran), dan PMS (Penyakit menular seksual) dan Intagram Stories, serta mengetahui bagaimana penyusunan jadwal dan pola postingan pada akun instagram @tabu.id. Melalui penyajian informasi akun instagram @tabu.id, penetapan tim kerja pada produksi konten unggahan akun Instagram @tabu.id sebagai penyedia informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial.

BAB III
AKUN INSTAGRAM @tabu.id SEBAGAI
FOKUS KAJIAN

A. Gambaran umum Kota Semarang

1. Kondisi Geografis

Kota Semarang terletak antara garis $6^{\circ} 50'$ - $7^{\circ} 10'$ Lintang Selatan dan garis $109^{\circ} 35'$ - $110^{\circ} 50'$ Bujur Timur.

Kota Semarang memiliki batas wilayah administrasi sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Laut Jawa
- Sebelah Selatan : Kabupaten Semarang
- Sebelah Timur : Kabupaten Demak dan Kabupaten Grobogan
- Sebelah Barat : Kabupaten Kendal

Secara topografi terdiri atas daerah pantai dataran rendah dan perbukitan. Daerah pantai merupakan kawasan di bagian Utara yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa dengan panjang garis pantai meliputi $13,6 \text{ Km}^2$. Ketinggian Kota Semarang terletak antara $0,75$ sampai dengan $348,00$ di atas garis pantai.

Secara administratif, Kota Semarang terbagi atas 16 wilayah Kecamatan dan 177 Kelurahan. Luas wilayah Kota Semarang tercatat $373,70 \text{ Km}^2$. Luas yang ada, terdiri dari $39,56 \text{ Km}^2$ (10,59%) tanah sawah dan $334,14$ (89,41%) bukan lahan sawah. Lahan kering sebagian besar digunakan untuk tanah pekarangan atau tanah untuk bangunan dan halaman sekitar, yaitu sebesar 42, 17% dari total lahan bukan sawah.

2. Kondisi Demografis

a. Jumlah penduduk

Berdasarkan hasil perhitungan proyeksi penduduk tahun 2019, jumlah penduduk Kota Semarang tercatat sebesar 1.814.110 jiwa. Naiknya jumlah penduduk beriringan dengan adanya kepadatan penduduk. Di sisi lain, penyebaran penduduk pada masing-masing kecamatan belum merata. Di wilayah Kota Semarang, tercatat kecamatan Gayamsari sebagai wilayah

terpadat (13.436 penduduk per km²), sedangkan kecamatan Tugu merupakan wilayah yang kepadatannya paling rendah (1.049 penduduk per km²).

b. Usia dan Jenis Kelamin

Berikut data jumlah penduduk kota semarang berupa usia dan jenis kelamin pada bulan tahun 2018, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Agustus 2019:

Usia	Laki-laki	Perempuan
0-4	68059	63063
5-9	67484	65968
10-14	66293	69087
15-19	74344	76359
20-24	94408	89963
25-29	83674	82125
30-34	66918	70411
35-39	64489	70178
40-44	61114	67156
45-49	57335	63788
50-54	54107	59672
55-59	45314	48537
60-64	29389	30188
65+	42823	54867
Jumlah	875.751	910.362

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data tabel di atas jumlah penduduk dengan jenis kelamin perempuan di Kota Semarang lebih banyak daripada jenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 910.362 jiwa dan penduduk laki-laki sebanyak 875.751 jiwa . Serta banyaknya usia produktif (15-64 tahun) yaitu sejumlah 1,9 juta jiwa, dibandingkan penduduk tidak produktif yaitu sekitar 497 ribu jiwa, hal ini menunjukkan bahwa banyaknya penduduk

dengan jenis kelamin perempuan berada dalam usia produktif. Oleh karena itu, adanya informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja sangat penting dalam perkembangan penduduk di kota Semarang.

c. Pendidikan

Jumlah Unit Sekolah dan Siswa di Kota Semarang, 2019

Jumlah Unit Sekolah SD	: 506 unit
Jumlah Siswa SD	: 138.036
Jumlah Unit Sekolah SMP	: 188 unit
Jumlah Siswa SMP	: 64. 201
Jumlah Unit Sekolah SMA/SMK	: 165 unit
Jumlah Siswa SMA/SMK	: 69.291

Pembangunan pada sektor Pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kualitas manusia Indonesia yang cerdas dan terampil yang diikuti rasa percaya diri sendiri serta sikap dan perilaku inovatif, disamping itu merupakan proses budaya untuk meningkatkan harkat martabat manusia dalam lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat.

Pembangunan budaya diupayakan untuk pembinaan, pengembangan dan kelestarian budaya daerah sebagai budaya integral nasional. Kelompok-kelompok seni budaya, termasuk budaya tradisional terus dimotivasi dan didorong semangatnya untuk menekuni seni yang diminati dengan menojolkan pengembangan kreasi dalam rangka memenuhi keinginan masyarakat yang haus akan inovasi. Bahkan pemerintah Daerah Kota Semarang menjadikan Taman Raden Saleh Kota Semarang, menyediakan berbagai fasilitas, seperti panggung tertutup, sanggar terbuka dan lain-lain.

d. Agama

Gambar 3.1 Jumlah penduduk menurut kecamatan dan Agama yang dianut di Kota Semarang tahun 2019

Kecamatan Subdistrict	Islam Islam	Protestan Christian	Katolik Catholic	Hindu Hindu	Budha Buddha	Lainnya Other
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1 Mijen	70,484	2,789	1,302	63	45	13
2 Gunungpati	91,102	1,794	1,317	41	79	14
3 Banyumanik	120,447	9,437	9,983	181	348	23
4 Gajah Mungkur	50,239	4,467	4,515	56	295	19
5 Semarang Selatan	57,273	5,540	5,335	41	307	11
6 Candisari	67,930	5,033	6,117	81	217	7
7 Tembalang	162,656	10,119	7,209	237	255	24
8 Pedurungan	164,106	16,561	10,584	140	985	48
9 Genuk	110,334	3,021	1,540	18	118	27
10 Gayamsari	66,660	4,311	2,451	17	260	17
11 Semarang Timur	52,517	11,111	6,947	10	1,786	62
12 Semarang Utara	109,467	11,569	7,416	46	1,890	46
13 Semarang Tengah	41,074	10,394	7,681	45	3,609	51
14 Semarang Barat	131,020	14,715	10,336	162	1,078	37
15 Tugu	32,381	521	355	6	38	7
16 Ngaliyan	128,846	5,893	4,352	118	113	16
Kota Semarang	1,456,536	117,275	87,440	1,262	11,423	422

Sumber: Kementerian Agama Kota Semarang
Source: Ministry of Religion of Semarang Municipality

Sumber: Kota Semarang dalam angka 2020

Berdasarkan data di atas, agama yang paling banyak dianut di wilayah Kota Semarang yaitu Islam dengan jumlah 1,456,536. Kemudian Kristen Protestan sebanyak 117,275, dan Kristen Katolik 87,440, Hindu sebanyak 1262, serta Budha sebanyak 11,423.

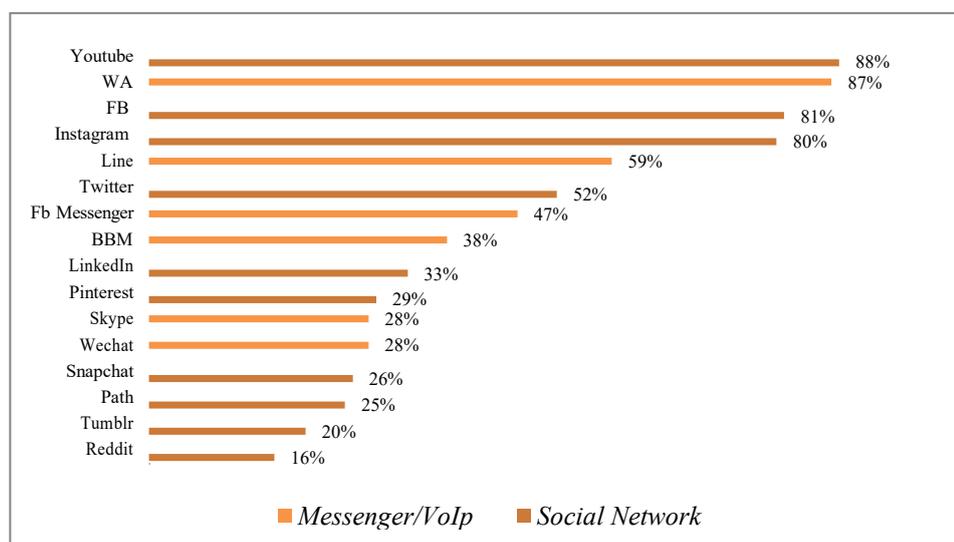
B. Akun Instagram @tabu.id

Akun instagram @tabu.id mengunggah konten selama 7 hari, setiap 1 hari yaitu sekitar 1-2 konten yang diposting dalam akun tersebut. Konten dalam akun instagram @tabu.id yaitu berupa infografis, gambar, dan juga video. Beberapa topik yang di posting pada *feed* postingan akun instagram @tabu.id yaitu konten mengenai berbagai pembahasan mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Pada penelitian ini peneliti hanya akan mengambil fokus

konten pubertas remaja, kekerasan dalam pacaran, dan penyakit menular seksual. Total konten yang telah diposting pada *feed* sebanyak 824 postingan selama observasi per 15 Maret 2020 yang membahas tentang pubertas remaja sebanyak 90 konten, Kekerasan dalam pacaran (KDP) sebanyak 47 konten, dan Penyakit menular seksual sebanyak 116 konten, serta konten lain tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja secara lebih luas lagi di luar tema yang peneliti ambil dan tentukan.

Perubahan karakter media terlihat sejak masa klasik surat kabar, yaitu ketika mesin ketik manual masih menjadi tulang punggung para wartawan dalam bekerja, sebelum akhirnya “datang” komputer dengan segala kemudahan sistem, ragam program, fitur, dan menu di dalamnya ternyata sangat memudahkan. Perbandingan terhadap karakter media pada masing-masing zaman menjadi jelas. Pelajaran yang bisa di ambil terkait perkembangan media di antaranya yaitu kesadaran untuk beradaptasi, semangat terus belajar, berintegrasi, dan menyesuaikan diri dengan perubahan. Berdasarkan aspek teoritiknya, baik media cetak, elektronik, maupun, maupun *media online*, semua memiliki sistem dan kode-kode pengelolaan informasi yang dituntut mampu untuk berintegrasi dan beradaptasi dengan bagian-bagian makro lebih luas di lingkungan masyarakat (Wahyuni, 2011a; Luhman, 2000; dan AR, 2015 dalam (Fikri, 2018: 78-80).

Gambar 3.2 Persentase aktivitas penggunaan platform media sosial di Indonesia



Sumber: Data olahan peneliti dari *We are Social and Hootsuite*

Media sosial membuat masyarakat Indonesia mendapatkan informasi secara cepat melalui berbagai macam akun di media sosial. Menurut hasil survei Persentase aktivitas penggunaan platform media sosial *Hootsuite We Are Social* tahun 2019, Penggunaan media sosial instagram di Indonesia berada pada peringkat ke empat dengan persentase sebanyak 80%, Data yang tersaji di atas menunjukkan penggunaan media sosial berupa jejaring sosial yang memiliki persentase lebih tinggi dibandingkan dengan media sosial dalam bentuk aplikasi pesan, sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa masyarakat lebih memiliki keterlibatan yang tinggi dalam jejaring sosial.

Berdasarkan hasil survei *Hootsuite We Are Social* tahun 2019 dengan melihat profil audiensi media sosial berdasarkan audien iklan facebook, instagram, messenger facebook bahwa jumlah masyarakat Indonesia yang mengikuti perkembangan media sosial tertinggi yaitu pada usia sekitar 25-34 tahun dan pada peringkat ke dua yaitu pada usia 18-24 tahun. Dari jumlah penggunaan media sosial tersebut menurut usianya yaitu usia remaja menjadi pengguna aktif media sosial. Generasi milenial berada pada rentang usia 19-38 tahun dan banyaknya pengguna media sosial di Indonesia tersebut terbukti dari beberapa kali masuk dalam 5 besar pengguna media sosial (Lestari, 2019: 25).

Perpaduan antara perkembangan usia psikologis dan usia biologis dipengaruhi oleh multi faktor yang terjadi pada berbagai bidang dalam masyarakat. Adanya perubahan yang terjadi dari faktor ekonomi, politik, budaya sangat mempengaruhi remaja. Masalah yang berkaitan dengan perilaku dan reproduksi remaja tidak hanya dapat didekati hanya dari aspek klinis oleh para ahli kedokteran. Inti permasalahan sesungguhnya terletak pada konteks sosial yang sangat kompleks karena kesehatan reproduksi (kespro) dipengaruhi dan mempengaruhi sistem politik, sosial, dan ekonomi serta berhubungan erat dengan nilai, etika, agama, dan kebudayaan. Oleh karena itu, diperlukan upaya dari berbagai pihak untuk menghadapi masalah kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja (Arma, 2007: 189-190). Berikut ini data persentase lokasi

pemirsa akun instagram @tabu.id:

Gambar 3.3 Data Persentase Pemirsa Berdasarkan Lokasi Per Juni 2020

Lokasi		
No	Kota	Persentase
1	Jakarta	24%
2	Bandung	4%
3	Yogyaka	4%
4	Surabaa	3%
5	Depok	2%

Sumber: Dokumen akun instagram @tabu.id

Data persentase berdasarkan lokasi pemirsa akun istagram @tabu.id terbanyak yaitu Kota Jakarta dengan angka 24%, menurut data survei sosial ekonomi nasional BPS Maret 2019 penggunaan internet remaja di perkotaan sekitar 89,62%, dan di pedesaan sekitar 69,66% (Agustina, dkk, 2019: 41). Berdasarkan tempat tinggal generasi milenial (yaitu remaja dengan tahun lahir antara tahun 1980 sampai 2000) dalam data tersebut dengan ciri utama generasi milenial pada penduduk perkotaan, yaitu seperti percaya diri, berani mengemukakan pendapat, berfikir *out of the box*, kaya akan ide dan gagasan, serta pandai bersosialisasi untuk aktif berselancar di media sosial. Sikap dan perilaku generasi milenial tersebut banyak dipengaruhi oleh *gadget* dan internet. Pilihan-pilihan yang mereka ambil lebih banyak didasarkan pada informasi dari internet, terutama melalui media sosial (Budiati, dkk, 2018: 23- 25).

Pemilihan media sosial instagram sebagai salah satu media yang menyampaikan berbagai informasi seputar kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dinilai cukup efektif dan sesuai dengan target audiens akun instagram @tabu.id yaitu remaja. Dalam hal ini, akun instagram @tabu.id telah menerapkan pemilihan media, yaitu dengan memperhatikan dan mempertimbangkan jenis media yang dipilih komunikator dengan media yang dimiliki target audiens. Kemampuan instagram dalam menyajikan konten yang lebih visual dengan fitur-fitur instagram secara maksimal oleh akun instagram @tabu.id dengan berhasil menarik perhatian pengguna instagram khususnya

remaja (Cangara, 2014) dalam (Permassanty dan Mutiani, 2018: 183).

Media sosial menjadi ruang bagi remaja untuk membicarakan suatu topik melalui bahasa mereka sendiri yang sederhana dan dengan judul yang menarik, serta mengurangi istilah-istilah yang tidak diketahui remaja. Bahasa yang digunakan dalam pemberian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial akun instagram @tabu.id juga dimodifikasi dalam berbagai bentuk. Seiring dengan perubahan zaman, penggunaan bahasa populer yang bersifat tidak resmi ini sesuai dengan perkembangan nurani pada usia remaja. Seperti pada konten di atas, akun instagram @tabu.id menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Tentunya hal ini menjadikan ketertarikan tersendiri bagi remaja ketika memperoleh informasi mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas di media sosial.

Adanya media sosial instagram mempermudah remaja mendapatkan pendidikan yang komprehensif, Berikut paparan dari Alvin mengenai gambaran pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di Indonesia.

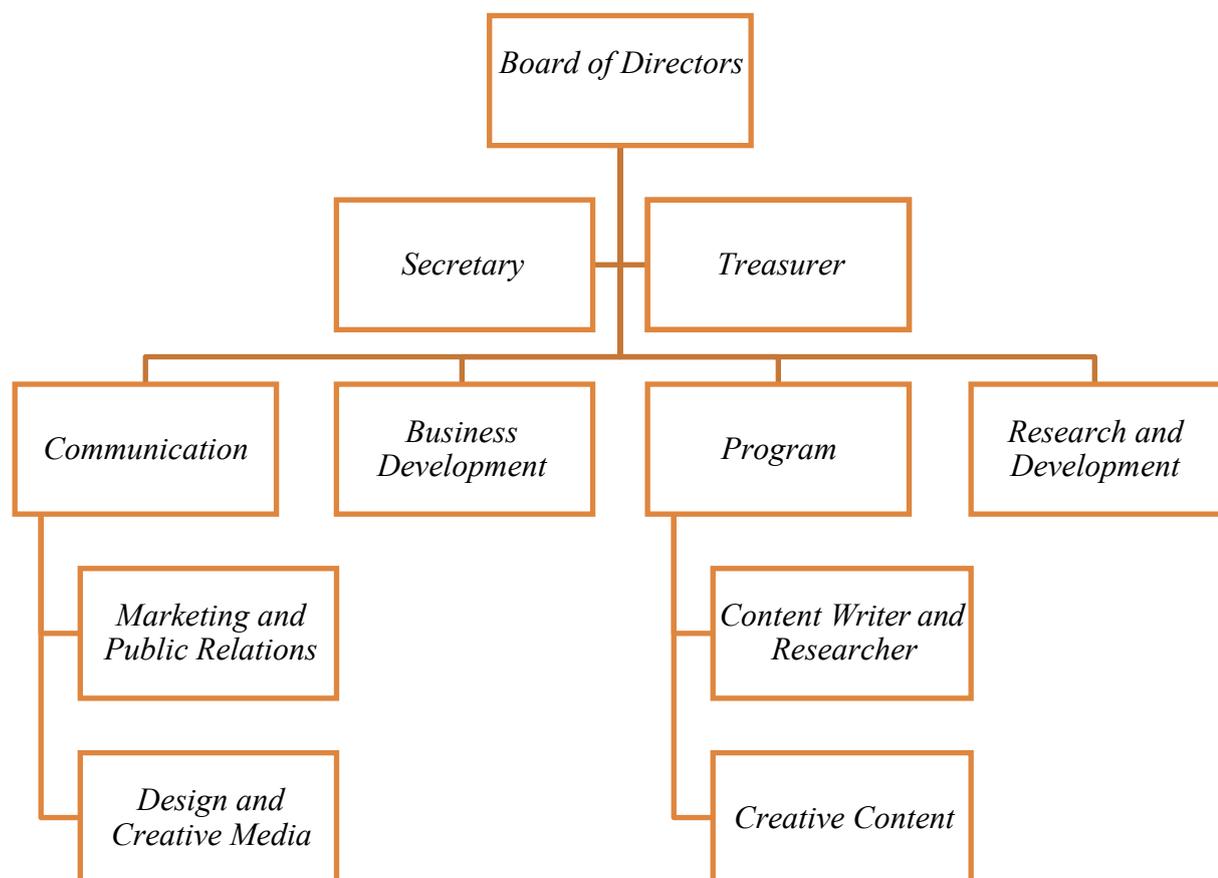
“Kita merasa belum memiliki pendidikan kesehatan seksual yang memadai, jadi kita harus mencari-cari sendiri tentang kesehatan reproduksi itu sendiri tanpa kita tahu kebenarannya, informasi tersebut biasanya kita hanya dapatkan dari mata pelajaran biologi atau penjaskes (pendidikan jasmani dan kesehatan). Setelah riset ternyata hal tersebut tidak hanya terjadi pada kita saja, ternyata memang di Indonesia pendidikan seksual masih minim sekali dan merupakan salah satu problem yang nyata di Indonesia karena berdampak pada angka kehamilan remaja dan Penyakit Menular Seksual seperti HIV AIDS yang semakin tinggi”

Akun Instagram @tabu.id memiliki tujuan untuk mencapai masyarakat Indonesia yang terbuka dan terdidik mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksual, pendidikan yang diberikan melalui informasi yang disediakan yaitu dilakukan secara komprehensif melalui beberapa materi yang disediakan. Sesuai *International Technical Guidelines on Sexuality Education* dari UNESCO dalam unaid.org, pemenuhan pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dianjurkan untuk diterapkan dalam 4 kategori usia yaitu 5-8 tahun, 9-12 tahun, dan 15-18 tahun lebih, dengan tetap mempertimbangkan aspek kognitif,

emosi, fisik, dan sosial, serta mempertimbangkan konteks budaya. Penyajian informasi mengenai pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja berupa hubungan sosial, nilai, hak, budaya, dan seksualitas, pemahaman gender, kekerasan dan perlindungan diri, keterampilan terkait kesehatan dan kesejahteraan, tubuh manusia dan perkembangannya, seksualitas serta perilaku seksual. Konsep dalam pemberian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja diberikan secara komprehensif menggunakan aspek pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), serta perilaku (*behavior*) (UNESCO, 2018).

Salah satu bagian dari *new media* adalah “*Network society*”. *Network society* adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi, dan komunikasi massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari informasi teori ini adalah semua memiliki hubungan yang luas secara kolektifitas (Van Dijk, 2006: 20). Kelebihan *new media* yaitu memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi baru dan *terupdate* (Putri, 2016: 15-23). Oleh karena itu, penetapan tim kerja dalam pembuatan konten pada akun instagram @tabu.id untuk memberikan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial yaitu dengan membentuk suatu kelompok yang dapat menyesuaikan pengerjaan konten dengan memanfaatkan adanya *new media*.

Gambar 3.4 Data Struktur Organisasi Akun Instagram @tabu.id



Sumber: Dokumen akun instagram @tabu.id

Produksi konten akun instagram @tabu.id dirancang oleh tim program, tim marketing, dan tim desain. Tim program terbagi menjadi dua, yaitu sebagai *content writer*, dan *creative content writer*. Tugasnya yaitu bertanggung jawab pada setiap konten yang diunggah pada *feed* instagram.

Akun instagram @tabu.id didirikan pada 26 Februari 2018, berawal dari suatu ajang perlombaan yang mensubmit inovasi kesehatan yang diikuti oleh *Co-founder* @tabu.id yaitu, Neira Ardaneshwari Alvin Theodorus, Adelina Kumala Sari, serta Patricia Agatha. adanya keresahan tentang isu kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja maka dibentuklah sebuah *platform* akun media sosial instagram @tabu.id sebagai wadah informasi remaja di Indonesia untuk dapat mengakses informasi secara mudah dan terpercaya mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja.

Akun instagram @tabu.id membahas topik-topik yang cukup luas, mulai

dari kesehatan reproduksi (*kespro*), seksualitas, gender, kontrasepsi, *family planning*, alat reproduksi, *relationship*, dan lain sebagainya. Dalam pencapaian tujuan dari aktivitas informasi dan komunikasi, akun instagram @tabu.id sebagai komunikator melaksanakan serangkaian tahap perencanaan penyediaan informasi melalui media sosial yang telah ditentukan, tujuannya adalah untuk menjadikan remaja di Indonesia tidak tabu dan terdidik mengenai kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas.

Adanya pendidikan kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas bertujuan untuk mendukung remaja dalam membuat keputusan mengenai kehidupan seksualnya sendiri. Dengan ini pada pengambilan keputusan remaja maka harus berdasarkan dengan informasi lengkap, yang sesuai dengan usia dan pemenuhan kebutuhan serta perkembangan remaja di lansir dari laman pkbi-diy.info (2015). Akun instagram @tabu.id dalam memberikan informasi kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas remaja dianggap paling sukses dibandingkan media sosial lainnya dan mampu menyampaikan pesan dengan baik karena berhasil memiliki jumlah *followers* paling banyak dan kenaikan jumlah *followers*-nya juga signifikan.

Gambar 3.5 Tabel Akun Instagram Kesehatan Reproduksi (*Kespro*) dan Seksualitas Remaja Berdasarkan Jumlah *Followers*

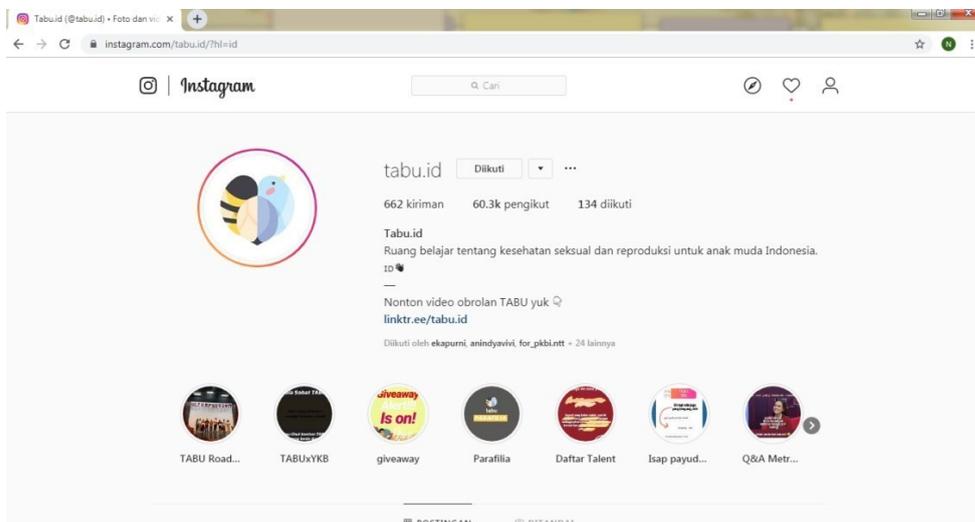
Akun Instagram	<i>Followers</i>
@tabu.id	57,5 ribu
@beraniberencana	14,6 ribu
@perkumpulan.samsara	11 ribu
@aliansi.remaja	3.139
@unalayouth	2.866
@pilar_pkbi	2.257
@sobatask	762

Sumber: Dokumen Pribadi, Juli 2019

Tabel di atas merupakan beberapa akun instagram yang khusus memposting foto dan informasi tentang kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas remaja

dengan mempunyai *followers* hingga ratusan dan ribuan. Penggunaan bahasa populer, pemanfaatan fitur menarik pada media sosial serta konten postingan sebagai salah satu alasan dari beberapa akun instagram tersebut memilih memberikan akses informasi kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas remaja, dengan mengangkat beberapa isu yaitu seperti kesehatan reproduksi (*kespro*) dan keterampilan hidup remaja, penyakit menular seksual, kekerasan dalam pacaran, gender, orientasi seksual, dan lain sebagainya.

Gambar 3.6 Profil Akun Instagram @tabu.id



Sumber: Akun instagram @tabu.id

Penulisan karakter atau *caption* di instagram yaitu berjumlah 2200 dapat mempermudah kita untuk lebih banyak memberikan informasi kepada *followers*, seperti yang digunakan oleh @tabu.id. Dengan memberikan informasi tentang kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas remaja dengan bahasa populer yang menarik, mulai dari informasi yang dikutip dari berbagai sumber tentang pentingnya kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas untuk remaja, pengenalan istilah-istilah dalam organ reproduksi dan Penyakit Menular Seksual (PMS), Kekerasan Dalam Pacaran, serta mitos dan fakta terkait dengan kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas pada remaja dengan *caption* dan gambar yang divisualisasikan secara menarik. Akun instagram @tabu.id juga menambahkan sebuah *hashtag* (tanda pagar atau #) di dalam *caption*-nya dengan

#TidakLagiTabu. *Hashtag* di instagram digunakan untuk mempermudah pengelompokan konten, agar sebuah konten dapat dicari dengan mudah, serta postingan dapat dilihat oleh lebih banyak akun tidak hanya *followers* yang melihat, *hashtag* juga digunakan untuk menambah *followers* dan media promosi, dengan me-klik *hashtag* yang ada, maka akan dimunculkan juga postingan yang serupa dengan *hashtag* tersebut.

Pada 30 September 2018 Tabu menyediakan *website* untuk membangun situs yang memuat berbagai informasi akurat tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Dalam *website* tabu.id memberikan beberapa fitur seperti ensiklopedi, glossary, Apa Kata Data, dan rangkaian video Tanya Ahli, TABU Talk, Tabu punya cerita, pada *website* tersebut tabu.id juga mengadakan galang dana yang dikumpulkan untuk digunakan sebagai produksi video dan riset kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja melalui tautan <http://kitabisa.com/tidaklagitabu>. Selama periode Desember 2019 sampai Januari 2020, tabu.id juga bekerjasama dengan merk parfum dari Indonesia: HMNS.ID untuk menyebarkan informasi kesehatan reproduksi (kespro) seksual dan reproduksi kepada masyarakat, di mana setiap penjualan satu parfum series Gen XX-HMSN Oprgasm di bulan Desember telah memberikan donasi sebesar Rp 5000,- kepada tabu.id untuk mendukung pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Mengikuti tren media sosial pada awal tahun 2020 tepatnya tanggal 16, 23, dan 28 Januari akun instagram @tabu.id memposting konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas dengan menggunakan aplikasi tiktok @tabu.id secara lebih kreatif.

Pada tahun 2012 instagram diakuisisi oleh Facebook sehingga mengalami berbagai macam perubahan dalam fitur maupun brandingnya. Pada awal bulan Agustus 2016, instagram juga menghadirkan fitur instagram *stories* yang dapat digunakan untuk mengirim foto atau video dengan kurun waktu 24 jam, foto atau video yang di-*share* dalam instagram *stories* bersifat sementara dan tidak dapat dilihat setelah 24 jam, namun dapat disimpan secara manual oleh pengguna pribadi sebelum foto atau video menghilang. Konten yang dibagikan melalui instagram *stories* juga tidak akan muncul pada profil grid atau dalam instagram

feed. Letak *instagram stories* ini berada di atas *instagram feed*, dan untuk menambah pengalaman seru serta interaktif dalam menggunakan *instagram stories* maka di dalamnya terdapat fitur-fitur menarik seperti *mention*, *boomerang*, *see more*, stiker, filter wajah, *rewind camera*. Banyaknya pengguna *instagram stories* yang mencapai 200 juta pengguna aktif menandakan adanya kepuasan yang dirasakan pengguna terhadap fitur *instagram stories* (Nurchayani, 2017: 11-17).

Akun *instagram* @tabu.id juga memanfaatkan *instagram stories* sebagai salah satu penyajian informasi melalui interaksi media sosial dalam membahas topik yang berkaitan dengan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Beberapa topik menjadi konten dalam *instagram stories* untuk memperoleh *feed back* remaja dalam membahas suatu topik tertentu.

Gambar 3.7 *Instagram Stories* @tabu.id



Sumber: Akun *instagram* @tabu.id

Keuntungan adanya *instagram stories* yaitu meningkatkan *sharing*. Pada saat *instagram* mulai muncul pada tahun 2010, fitur ini memiliki kemampuan

untuk mengubah foto yang dihasilkan *smartphone* menjadi foto dengan berbagai filter dan *editing tools*. Menurut hasil study yang diaporkan oleh *The Information* pada laman *elitemarketer.id* (2020) rata-rata jumlah postingan di instagram per pengguna menurun antara tahun 2013 dan 2015, kemudian pada saat yang bersamaan *video alone* pada snapchat telah mnecapai lebih dari 10 juta *views* per hari dan terlihat peningkatannya sebesar 25% hanya dalam waktu 3 bulan antara february dan april 2016 instagram *stories* memberikan sebuah cara untuk brand dan individu memposting konten lebih banyak tanpa memenuhi *feed* orang lain. Sehingga pada instagram *stories* ini kita akan lebih fokus pada *messaging*. Seperti yang terjadi pada peningkatan besar platform *messaging* seperti *facebook*, *whatsapp*, dan *snapchat* yang menjadi platform favorit di kalangan remaja untuk kategori *sharing* foto dan video serta *messaging*. dengan adanya instagram *stories* ini instagram memberikan *messaging space* tersendiri dan menjadi tempat yang tidak hanya untuk berbagi momen saja namun juga dapat mendiskusikan setiap momen yang ada. Penyajian informasi dalam penyampaian konten akun instagram @tabu.id menggunakan beberapa pedoman sebagai berikut:

Pertama, yaitu memastikan semua konten yang digunakan mempunyai landasan empiris, dengan menyertakan sumber pada setiap konten, baik itu dari *teks book*, jurnal, atau dari *website* serta sudah dapat dipastikan bahwa informasi didapatkan dari *website* tersebut merupakan informasi yang sudah diverifikasi kebenarannya oleh dokter atau psikiater, sehingga informasi tersebut sudah tervalidasi kebenarannya.

Kedua, selalu menggunakan sudut pandang netral. Akun instagram @tabu.id menyampaikan informasi dan membebaskan *followers* dalam menggunakan informasi tersebut, dengan harapan informasi yang disampaikan kepada pembaca dapat membuat membuat keputusan pada dirinya sendiri secara lebih bertanggung jawab.

Ketiga, menggunakan budaya populer untuk menghubungkan konten mengenai informasi kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas kepada remaja, dengan mengambil unsur-unsur dari budaya populer.

Akun instagram @tabu.id secara intensif memberikan informasi tentang

kesehatan seksual dan reproduksi dengan cara segar dan kekinian yang melihat fenomena remaja bahkan orang tua saat ini yang cenderung lebih menyukai *browsing di* internet untuk mengetahui suatu informasi, padahal informasi yang tersedia tersebut belum tentu valid. Adanya kemudahan tersebarnya informasi di dalam media membuat remaja mulai beralih dari media konvensional ke *new media* yang berupa media sosial instagram, sehingga dalam hal ini media sosial bukan hanya sebagai hiburan tapi juga sebagai wadah menyampaikan informasi yang praktis dan mudah untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan media sosial tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang telah melalui berbagai bentuk media, salah satunya yaitu instagram. Media sosial instagram mengizinkan dan menganjurkan seluruh pengguna untuk membuat, berbagi dan menyebarkan informasi serta gambar yang menekankan berbagi konten antara pengguna dan kolaborasi secara online dalam bentuk aplikasi yang dinamis, fleksibel, dan interaktif (Satyadewi, dkk, 2017: 156). Hal ini didukung oleh pernyataan dari Alvin Co-Founder akun instagram @tabu.id tentang alasan pemilihan media sosial instagram dalam pemberian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja.

“Karena kita pengen menggunakan media yang banyak digunakan oleh remaja, di mana remaja banyak menyita waktu di situ, kan sering banget kita buka media sosial seperti facebook, instagram atau twitter, nah kenapa kita pilih instagram karena kita juga pengen menunjukkan visualnya, karena setelah kita riset juga visual itu merupakan salah satu hal yang berpengaruh ketika kita menyampaikan informasi, dan karena instagram sangat oke dalam menampilkan visual dan banyak digunakan oleh remaja di Indonesia, maka kita menggunakan media sosial instagram”

Beberapa kegiatan *offline* yang pernah dilaksanakan oleh akun instagram @tabu.id yaitu seperti pada 21 Juli 2018, tabu.id berkolaborasi dengan akun instagram @psikologiuntuknegeri untuk pertama kalinya mengadakan penyuluhan mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas yang dilakukan kepada siswa kelas 7, 8, 9 di SMP Abdi bangsa, Bogor. Kemudian pada 12 Maret 2019, tabu.id berkolaborasi dengan tim @keluarga.id di Springfield School Raffles Hills, Jawa Barat mengadakan *sex education* yang diikuti oleh siswa-siswi kelas 5 dan 6 serta orang tua mereka, dengan membahas mengenai topik pubertas dan

juga tips untuk menghadapinya. Dalam sesi orang tua, materi yang diangkat yaitu mengenai pubertas serta tips untuk mendiskusikan topik kesehatan reproduksi (kespro) dan seksual dengan anak. Tabu.id juga mengadakan dan menghadiri beberapa seminar yang membawakan topik pembahasan terkait kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja, salah satunya yaitu pada 27 September 2019 di auditorium IX fakultas ilmu budaya Universitas Indonesia, tabu.id hadir di Kulturfest UI bersama pembicara dari Yayasan AIDS Indonesia yang membawakan topik diskusi tentang HIV/AIDS, pencegahannya, dan juga kesehatan alat reproduksi.

BAB IV
PENYAJIAN INFORMASI KESEHATAN
REPRODUKSI (KESPRO) DAN SEKSUALITAS
REMAJA DALAM AKUN INSTAGRAM @tabu.id

A. Pengelolaan Konten Media Sosial @tabu.id dalam Pemberian Informasi Kesehatan Reproduksi (kespro) dan Seksualitas Remaja

Media sosial dapat diartikan sebagai tempat atau wadah untuk menyampaikan dan menerima informasi, di mana penggunaanya dapat melakukan interaksi dan berpartisipasi di dalam media sosial (Santoso, dkk, 2017: 218). Pada umumnya, pengelolaan media sosial dapat melalui lima tahap penting, yaitu: Tahap *pertama*, mengamati dan memilih jenis media sosial yang akan digunakan, pada tahap ini dilakukan berbagai analisis singkat tentang berbagai karakter berbeda dari jenis media sosial yang tersedia. *Kedua*, menentukan konten atau materi dari setiap jenis media sosial yang berbeda. Konten disusun berdasarkan data untuk spesifikasi atau karakteristik jenis media sosial yang berbeda. Data yang digunakan untuk melihat keinginan dan kebutuhan dari khalayak masing-masing berbeda. Pada tahap ini dapat diketahui konten jenis apa yang mereka inginkan, seberapa informasi yang dapat disisipkan dalam konten tersebut, jenis informasi apa yang dibutuhkan dan dengan cara apa informasi disampaikan. *Ketiga*, melakukan perencanaan dengan memberikan analisis dan evaluasi SWOT yang terdiri dari kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) pada sebuah konten. Secara teknis proses tersebut dapat dimulai dari menentukan konten apa yang akan disampaikan dapat dimulai dari menentukan konten apa yang akan disampaikan sesuai jenis media sosial yang dipilih dari data yang dikumpulkan berdasarkan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak sasaran. *Keempat*, mulai beraksi dan berkomunikasi di saluran media sosial yang dipilih dan direncanakan. Pada tahap ini pengelola media sosial yang biasa disebut admin, mulai mengunggah konten sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Pada tahap ini hal penting yang harus diperhatikan adalah dampak yang muncul dari suatu konten terhadap *online*

engagement. Kelima, melakukan evaluasi dan analisis setiap aktivitas pada *platform* media sosial yang berbeda. Evaluasi dan analisis berguna untuk mengukur efektivitas pesan dalam konten melalui saluran media sosial yang digunakan (Fikri, 2018: 52-56).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai proses pengelolaan dalam perencanaan informasi melalui akun instagram @tabu.id, terdapat beberapa strategi penyajian informasi yaitu, target sasaran konten akun instagram @tabu.id, dan bentuk konten pada fitur akun instagram @tabu.id dalam pemberian informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja sebagai berikut:

1. Target Sasaran Konten Akun Instagram @tabu.id

Salah satu kelompok yang bergantung dan menyukai penggunaan media sosial serta menjadi pengguna terbanyak adalah golongan remaja (*adolescence*). Kompas dalam artikelnya bulan Januari 2014 menyebutkan remaja menjadi pengguna terbanyak media sosial karena mereka adalah generasi Z (lahir 1995-2005) yaitu generasi era booming konvergensi media *Information and communication technologie* (ICT). Hasil survei *Frontier consulting group* Indonesia yang dikutip kompas tersebut juga menyebutkan perilaku digital remaja Indonesia menunjukkan adanya peningkatan drastis pada perilaku digital remaja hanya dalam kurun waktu satu tahun. Ditemukan bahwa remaja lebih familiar serta memiliki intensitas yang tinggi dalam menggunakan media sosial dikarenakan mereka merupakan generasi *digital native* yaitu generasi yang lahir dan hidup pada perkembangan teknologi digital internet. Remaja sebagai pengguna media sosial secara psikologis memiliki karakteristik *variety seeker* (Green, 2005), karakter yang cepat bosan dan selalu mencoba hal baru karena keresahan akan identitasnya. Remaja selalu mencoba hal-hal baru meskipun relatif cepat bosan dan tidak fokus namun justru kuat dalam ikatan dengan kelompok asosiasinya (Sosiawan, 2018: 148). Hal ini berkaitan dengan hasil wawancara peneliti yang menemukan bahwa target khalayak sasaran konten akun instagram @tabu.id dalam penyajian informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas yaitu remaja kisaran usia 18-24 tahun.

“Target sasaran utama kita adalah remaja kisaran usia 18 sampai 24 tahun, awalnya kita juga ingin menjangkau ke anak- anak sekitar usia 18 tahun ke bawah, tapi ternyata tidak cukup responsif, dan yang lebih responsif terhadap konten-konten tabu.id yaitu kisaran usia 18-24 tahun, karena demografik di media sosial ini kita melihat remaja lebih aktif dibandingkan dengan anak-anak”

Berdasarkan karakteristik pengguna media baru tersebut, remaja berada pada usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau sejajar. Remaja termasuk di antara anak dan orang dewasa. Oleh karena itu, remaja sering dikenal dengan fase “mencari jati diri”. Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya. Sehingga remaja notabennya masih labil dalam mental dan perilaku, membuat remaja mempunyai rasa penasaran lebih besar dibandingkan dengan orang dewasa yang stabil dalam mental dan perilaku. Begitu juga dengan adanya hal baru seperti internet dan media sosial, remaja tidak ingin tertinggal zaman atau tidak mengikuti trend. Sehingga hal tersebut menjadikan media sosial sangat penting bagi remaja (Mahendra, 2017: 155-156).

Gambar 4.1 Data Banyaknya *Followers* Berdasarkan Usia Per Juni 2020

No	Kelompok Usia	Usia		
		Semua	Laki-Laki	Perempuan
1	13-17 tahun	3%	4%	3%
2	18-24 tahun	53%	48%	55%
3	25-34 tahun	35%	37%	34%
4	35-44 tahun	4%	4%	3%
5	45-54 tahun	2%	2%	2%
6	55-64 tahun	<1%	<1%	<1%
7	>65 tahun	<1%	1%	<1%

Sumber: Dokumen akun instagram @tabu.id

Berdasarkan data banyaknya pemirsa pada kelompok usia yang mengakses

akun instagram @tabu.id tertinggi yaitu 55% oleh kelompok usia 18-24 tahun, usia tersebut termasuk dalam kategori generasi milenial, berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli dan profesi, generasi milenial dapat ditarik kesimpulan bahwa mereka lahir antara tahun 1980 sampai 2000. Salah satu ciri utama generasi milenial tersebut juga ditandai oleh peningkatan penggunaan media dan teknologi digital. Oleh karena itu, keakraban generasi milenial dengan media sosial dapat dilihat dengan beberapa ciri-ciri yaitu: kreatif, informatif, mempunyai *passion*, dan produktif. Generasi ini selalu melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Sehingga generasi milenial sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya (Budiati, dkk, 2018: 18).

2. Bentuk Konten Pada Fitur Akun Instagram @tabu.id

Penelitian ini menggunakan data berupa seluruh konten yang diunggah pada objek penelitian yaitu akun instagram @tabu.id dalam kurun waktu konten selama satu tahun lebih lima bulan, peneliti mengamati setiap konten pada akun instagram @tabu.id terhitung sejak bulan Februari 2019 sampai Mei 2020. Kemudian peneliti melihat unsur-unsur konten pada setiap konten akun instagram tersebut, dengan kategori berdasarkan tipe konten dari beberapa informasi yang dipilih yaitu tema Pubertas Remaja, KDP (Kekerasan Dalam Pacaran), dan PMS (Penyakit Menular Seksual).

Teknologi informasi dan komunikasi baru tidak menggantikan materi lama, namun justru memudahkan dalam penggunaan berbagai format informasi dari berbagai sumber media. Remaja umumnya lebih menyukai dan mengekspose diri lebih pada informasi gambar visual, baik dalam bentuk media digital maupun cetak. Konteks sosial budaya tersaji pada setiap konten dalam sebuah gambar visual yang diunggah pada konten akun instagram @tabu.id melalui dua unsur gambar visual, yaitu *studium* and *punctum*. *Studium* berkaitan dengan interpretasi budaya, linguistik, dan politik dalam sebuah karya. Sementara *punctum* berkaitan pada detail yang menegaskan hubungan langsung dengan obyek di dalamnya (Barthes 1981). *Punctum* diperoleh melalui interaksi pandangan audience (*followers*) pada gambar visual yang terdapat di dalam konten. Sedangkan *studium* yaitu pemaknaan ekspresi dalam gambar visual konten dari sebuah

realitas yang ada (Elizabeth, 2017: 150). Hal tersebut peneliti dapatkan melalui fitur *feed* dan *instagram story* konten akun instagram sebagai berikut:

1). *Feed*

Instagram dianggap oleh akun @tabu.id sebagai media yang paling tepat untuk menyajikan informasi, kelebihan utama instagram yaitu dalam bentuk visual. Hal tersebut digunakan sebagai media penyampai *teaser*, yaitu penyampaian informasi yang hanya sepotong, agar para pengguna yang mengikutinya menjadi penasaran untuk mencari tahu informasi lebih lanjut pada konten yang akan diunggah berikutnya. Berikutnya penyajian yang digunakan adalah penggunaan konten berupa visual grafis pada setiap konten. Pemilihan visual grafis sangat penting untuk membangun representasi yang konsisten pada halaman profil instagram @tabu.id. Sehingga terdapat identitas yang dibangun pada instagram tersebut untuk diingat oleh pengguna instagram atau *followers*, melalui pemilihan warna, konsep, dan gambar.

Gambar 4.2 Tampilan *Feed* Profil Akun Instagram @tabu.id



Sumber: akun instagram @tabu.id

Melihat aktifitas Konten per 26 Februari 2019-5 Maret 2019 di atas, akun instagram @tabu.id mengunggah konten secara terstruktur, setiap harinya rata-rata mengunggah satu sampai dua gambar dan *caption*. Konten pada unggahan pertama berisi suatu tema dengan isu tertentu, kemudian dilanjutkan atau dilengkapi dengan pembahasan pada konten ke dua, dan berikutnya. Ciri khas

yang terdapat pada setiap konten akun instagram @tabu.id yaitu ditandai dengan penempatan logo, ilustrasi, teks, dan warna pada setiap konten. Seperti dapat kita lihat pada gambar di atas, akun instagram @tabu.id menampilkan tata letak *feed* dengan membentuk garis lengkung yang terlihat rapi mengikuti setiap visual alur konten yang ada, logo disertakan pada setiap konten dengan diletakkan pada sisi sebelah kanan atas atau kiri, logo tersebut mempunyai sebuah makna tersendiri bagi akun instagram @tabu.id. Berdasarkan wawancara dengan Alvin Co-Founder @tabu.id mengatakan bahwa.

“Logo @tabu.id menyimbolkan birds and the bees, istilah birds and the bees (burung dan lebah) tersebut merupakan simbolis untuk sex talk dari orang tua kepada anak yang termasuk dalam sex education, jadi kita berusaha ngambil logo burung dan lebah”.

Gambar 4.3 Gambar Logo akun instagram @tabu.id



Sumber: akun instagram @tabu.id

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia karangan WJS Poerwadarminta, simbol atau lambang adalah semacam tanda, lukisan, perkataan, lencana, dan sebagainya, yang menyatakan sesuatu hal, atau mengandung maksud tertentu (Sobur, 2003: 156). Secara simbolik logo akun instagram @tabu.id menggunakan logo dengan simbol gambar burung dan lebah, sebagai simbolik dari pembicaraan seks oleh orang tua kepada anak yang termasuk dalam *sex education*. Sehingga akun instagram @tabu.id akan menjadi ruang yang aman dan nyaman bagi remaja untuk belajar tentang informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas.

Pemilihan tema gambar pada setiap penyajian konten akun instagram

@tabu.id sangat penting untuk membangun sebuah representasi yang terlihat konsisten dan menarik pada halaman *profile* akun instagram @tabu.id. Hal ini juga dapat membangun suatu identitas tersendiri untuk dapat memudahkan pengguna instagram dalam mengingat dan mengenali konten. Seperti pemilihan warna, konsep, dan gambar konten. Sehingga peneliti menganalisis penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dan mengkaji dengan teori Interaksi simbolik Mead, bahwa simbol adalah suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai, sehingga makna dari sebuah simbol merupakan sesuatu yang dapat dilakukan (Mulyana, 2001:77) dalam (Sobur, 2003:166).

Produksi konten pada akun instagram @tabu.id memiliki beberapa alur yaitu seperti berikut:

1. Membuat *content planning* untuk 3 sampai 6 bulan ke depan, tentang topik-topik besar apa saja yang akan dibahas
2. Membuat *content planning* topik selama satu minggu, dengan membahas sekitar dua topik, satu topik bisa dapat dibuat tiga sampai empat konten
3. Membuat *content planning* topik harian, membahas aspek dari topik tersebut dan sumbernya
4. Pembagian tugas ke *content writer*, dengan membaca sumber literatur, kemudian membuat *caption* visual untuk dikerjakan oleh tim desain
5. Setelah itu, *content writer* juga membuat *caption* konten yang panjang untuk di masukkan dalam konten *feed* instagram

Peneliti menemukan bahwa dalam teori Interaksi simbolik yaitu konsep masyarakat (*Society*) khususnya remaja dalam hal ini dapat dinilai mampu memodifikasi perubahan, sehingga media sosial instagram sebagai hasil interaksi dengan diri bagi peluang dan pilihan tindakan yang terdapat dalam media sosial instagram dapat menjadi suatu hasil informasi, dan pola tindakan serta interaksi yang ada dapat saling berkaitan membentuk kelompok bahkan masyarakat *cyber* untuk membahas suatu isu atau topik salah satunya yaitu informasi kesehatan

reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja pada akun instagram @tabu.id. Aktifitas secara simbolik dilakukan dengan cara *followers* dapat melihat konten yang diunggah oleh admin pada *feed* akun instagram @tabu.id dengan memberikan tanggapan berupa *like*, komentar, dan membagikan konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Pada aktivitas tersebut *followers* akun instagram @tabu.id bertindak sebagai komunikan dan admin bertindak sebagai komunikator di akun instagram @tabu.id.

2). *Instagram story*

Penggunaan fitur *instagram story* harus memperhatikan konsep pada konten yang akan disajikan. Salah satunya yaitu melalui aspek *appearance* (penampilan) foto atau video yang diunggah meliputi *editing*, serta melalui aspek tujuan pembuatan konten dan pesan yang akan disampaikan melalui *instagram story* (Febyantari, 2019: 179). Konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja akun instagram @tabu.id pada fitur *instagram story* dibuat oleh *creative conten writer*, di mana mereka bertanggung jawab pada konten-konten yang muncul di instagram dengan mengangkat berita atau informasi untuk dibahas pada akun instagram @tabu.id dengan unsur budaya populer.

Penggunaan fitur *instagram story* memerlukan persiapan dalam pembuatan konten yang semenarik mungkin agar dapat memikat perhatian *followers* atau pengguna instagram. Oleh karena itu, berikut ini alur dalam pembuatan konten *instagram story* akun instagram @tabu.id sebagai yaitu: *Pertama*, membuat rencana ide atau topik yang akan dibahas. *Kedua*, membuat kerangka, untuk memilih pembahasan dan memastikan sumbernya. *Ketiga*, membuat desain konten atau gambar untuk diunggah. Peneliti menyimpulkan bahwa *followers* akun instagram @tabu.id banyak melakukan interaksi melalui *instagram story*, terutama pada beberapa topik yang dianggap penting dan terkini menyesuaikan isu yang sedang banyak dibicarakan tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Hal ini terlihat pada konten *instagram story* dengan menggunakan fitur stiker pertanyaan interaktif di *instagram story*. Terdapat beberapa topik yang dibahas melalui konten *instagram story* berdasarkan

highlight (sorotan) yang ditampilkan pada akun instagram @tabu.id berdasarkan olahan peneliti pada 10 Juni 2020, seperti: Menstruasi dan COVID, Keluarga dan konseling, *World of married*, Bentuk penis, Hoaks COVID, *Template @tabu.id*, *Helping survivor*, Pendidikan seks, COVID sex???, Homophobia, Puting laki-laki, Reynhard Sinaga, *Culture and sex*, #TikTokTabu, TABUxYKB, *Period Emoji*, TABUxHMNS, Kasus Sex Ed, Parafilia, Isap payudara?, Q&AmetroTV, RKUHP, Kehamilan Remaja, *First Time*, Afrodisiak, *Discussion Guide*, *Comments*, #TABUPunyaCerita, Morning Wood, PGAD, Komunikasi, Ketidaksuburan, Putus Hubungan, 1 Tahun, Penyebaran PMS, Ketahui Statusmu, *Netflix & Chill*, *Victim Blaming*, Agni, #Orang Baik, *PeakPink*, *Sexting*, Hot tub, Sejarah Seksual, Pubertas dini, Seks dan Cinta, Tanpa Kondom ?, Kampanye, #ApaKataData, Quotes, Artikel, Visi & Misi, Tabu& SDGs.

Pada laman *facebookblueprint.com* tahun 2019 juga menuliskan karakteristik yang terdapat dalam konten fitur *instagram story* yaitu cepat, menyenangkan, layar penuh, menarik perhatian dan secara *real time*. Selain itu, orang dapat menyimpan dan mengingat informasi lebih cepat di ponsel daripada di dekstop karena cerita dioptimalkan untuk layar penuh, tampilan vertikal, sehingga memungkinkan pengguna untuk menonton beberapa video dan foto dengan cepat dan terlibat sepenuhnya. *Instagram story* merupakan fitur untuk berbagi momen nyata secara visual kepada *followers* secara dinamis. Format imersif atau mengaburkan batasan antara dunia nyata dengan dunia digital yaitu dengan menyediakan layar penuh dan sesaat. Sehingga elemen pada *instagram story* dapat menghubungkan antara pengguna atau *followers* dengan pemilik akun atau dengan *followers* lainnya (Admin, 2019).

Kemampuan untuk menyesuaikan perilaku seseorang sebagai tanggapan terhadap situasi-situasi sosial tertentu menurut Mead dalam perspektif Interaksi simbolik disebut sebagai pengambilan peranan (*role-taking*), pembentukan diri terjalin secara tidak terpisah dengan kemampuan untuk mengambil peranan orang lain. Dalam pengertian ini diri (*self*) merupakan subjek maupun objek tindakan pribadi seseorang. Seseorang membuat suatu perilaku; dan kemudian, sambil

keluar dari dirinya sendiri, ia melihat makna, atau tanggapan yang diberikan oleh orang lain terhadap perilaku (Sobur, 2003:204), hal tersebut dapat kita lihat dalam penggunaan fitur *instagram story* pada akun instagram @tabu.id dapat merepresentasikan secara simbolik sebuah makna yang hadir melalui beberapa tahap tindakan yang diciptakan oleh individu pada individu lain, sehingga dapat digunakan dalam dirinya sendiri. Hasil dari partisipasi adalah komunikabilitas, di mana seorang individu dapat menandakan dirinya sendiri dengan apa yang ditandakan pada individu lain. Oleh karena itu, menurut peneliti makna muncul dalam bentuk respon yang sesuai dengan individu dalam tindakan sosial berupa komunikasi dan interaksi pada penggunaan fitur *instagram story* dalam pemberian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial (Mead, 2018:166). Pengambilan peran pada konten akun instagram @tabu.id merupakan bagian dari interaksi sosial. Berdasarkan teori Interaksi simbolik, melalui usaha yang reflektif sebuah sistem mempunyai dorongan-dorongan tersendiri untuk dapat menciptakan sebuah interaksi (Mead, 2018: 36), apabila kita lihat dengan teori Interaksi simbolik, yaitu pada konsep diri (*self*), di mana simbolik remaja dapat dilihat dari berbagai konten yang memiliki interaktifitas bersama *followers* akun instagram @tabu.id secara menarik dan menyenangkan.

Teori Interaksi simbolik Mead melalui konsep diri (*self*) dari individu merupakan bentuk definisi dari diri (*self*) yang dapat menentukan tindakan komunikasi. Perilaku seorang individu tersebut dapat dipahami melalui perilaku keseluruhan kelompok sosial di mana dalam kelompok tersebut individu akan menjadi anggota, dan tindakan individu tersebut akan terlibat dalam tindakan sosial yang lebih besar, serta akan melibatkan anggota-anggota lain dalam kelompok tersebut untuk dapat bertindak. Tindakan sosial tersebut dianggap sebagai keseluruhan yang dinamis sebagai sesuatu yang berlangsung, tindakan individu akan terlibat melalui stimulus dan respons individual yang terorganisasi (Mead, 2018: 54-55). Tindakan berupa komentar dan pesan melalui *direct message (DM)* atau melalui *question box* merupakan salah satu tindakan *followers* akun instagram @tabu.id dalam aktifitas komunikasi dan informasi media sosial.

Tindakan tersebut diperoleh melalui stimulus berupa konten yang menarik bagi remaja untuk turut serta dalam menciptakan sebuah ruang informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Melalui media sosial instagram remaja dapat dengan mudah memperoleh dan berbagi pengalaman, penggunaan media sosial instagram tersebut tidak hanya menggunakan teks, tetapi juga dengan menyertakan foto, video, dan alat kreatif lainnya, yang digabungkan dengan tanda yang disediakan oleh aplikasi instagram berupa *emoticon*, *gif*, dan *sticker*. Sehingga remaja dapat berkomunikasi secara lebih cepat dan lebih mendalam, ekspresif, serta menyenangkan melalui fitur yang disediakan oleh media sosial instagram.

Teori Interaksi simbolik Mead tentang diri (*self*) menganggap bahwa konsep diri merupakan suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain. Konsep ini juga mengacu pada kesalingtergantungan antara individu dengan masyarakat. Diri muncul dari interaksi dengan orang lain. Setelah diri tercipta, masing-masing orang dapat menyatakan kesatuan simbolis untuk memberikan makna. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa konten akun instagram @tabu.id diproduksi untuk memenuhi kebutuhan remaja akan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas yang dinilai masih menjadi hal tabu untuk didiskusikan. Maka, kemampuan untuk berperilaku simbolis ini memungkinkan diri untuk mengubah masyarakat, di mana diri sekaligus merupakan pencerminan masyarakat serta sumber perubahan yang terdapat di dalamnya. Akun instagram @tabu.id dapat merubah perspektif ketabuan yang ada, dengan menjadikan konten sebagai ruang untuk saling berdiskusi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas, sehingga mampu menjadikan remaja atau masyarakat memiliki pikiran yang terbuka dan dapat menerima perbedaan konsepsi serta nilai tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa *followers* bergantung pada konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja.

Proses dalam interaksi sosial pada hal ini dapat kita lihat melalui tindakan

saling saling merespon dan berdiskusi mengenai topik pembahasan atau isu konten yang diunggah. Dalam hal ini, individu dapat belajar untuk menerima sikap, nilai, dan rasa, hati yang sesuai dengan lingkungan sosial tertentu tempat seorang berada melalui penggunaan simbol-simbol dalam konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Melalui penilaian pantulan (*reflect appraisal*) dari orang lain, kita kemudian menyatakan diri sebagai jenis tertentu, dengan menetapkan identitas melalui tanggapan yang diberikan oleh orang lain kepada diri yaitu sebagai ruang *online* bagi remaja untuk memperoleh informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas (Sobur, 2003: 203)

3. Pola Konten Akun Instagram @tabu.id pada Informasi Kesehatan Reproduksi dan Seksualitas Remaja

Penggunaan media sosial oleh remaja sebagai alat komunikasi dan informasi yang dibutuhkan oleh remaja seperti informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara media sosial dengan pengetahuan remaja. Media akan berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan remaja dan berdampak pada perilaku kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja itu sendiri tergantung bagaimana nilai kebenaran informasi yang diperoleh dari media tersebut. Oleh karena itu, produksi konten pada akun instagram @tabu.id merujuk pada ideologi yang ditanamkan bahwa remaja harus mendapatkan informasi secara terbuka dan komprehensif dengan merepresentasikan diri sebagai ruang belajar bagi remaja tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di Indonesia.

Pengguna instagram menjadi bagian dari masyarakat yang ingin berbagi dan memiliki konsep diri untuk memerankan peran-peran tertentu dalam masyarakat. Kemudian lingkungan memberikan pengaruh dengan interpretasi melalui identitas. Interpretasi yaitu cara mencitrakan sesuatu, perilaku, gaya bicara, gaya busana, serta tindakan-tindakan yang melekat sebagai *mood of production* yang dapat membentuk dan menciptakan diri ketika melakukan interaksi. Instagram sebagai media visual mampu menghadirkan simbol-simbol tertentu sebagai alat memproduksi makna dari suatu identitas yang ingin disampaikan. Oleh karena itu,

konten pada informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas dalam akun instagram @tabu.id merefleksikan kode-kode, nilai-nilai, dan keyakinan atas kebudayaan secara keseluruhan (Albertazzi, 2013: 1) dalam (Kertamukti, dkk, 2019: 27-28).

Berdasarkan observasi peneliti, pengguna media sosial instagram atau *followers* akun instagram @tabu.id merupakan masyarakat (*society*) yang merupakan sebuah jaringan interaksi sosial dimana pengguna instagram atau *followers* dapat memberikan makna terhadap konten atau bentuk interaksi lainnya yang disediakan oleh fitur media sosial instagram. Tindakan saling mempengaruhi atau menanggapi merupakan suatu peran media sosial dalam membentuk identitas diri masyarakat (*society*) dalam mengkonstruksi konten pada khalayak luas melalui media sosial instagram. Dokumen media (*media archive*) yang peneliti temukan yaitu konten dengan memuat teks berupa kalimat pada *caption*, dan visual gambar konten yang diunggah pada akun instagram @tabu.id, konten bernuansa modern dengan gaya remaja yang kekinian melalui pola *update*, strategi penulisan *caption*, dan pemilihan gambar, untuk mengetahui penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Berikut beberapa hal yang menjadi perhatian akun instagram @tabu.id dalam penyajian konten akun instagram @tabu.id, yaitu:

1) Pola *update*

Pola dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2019) diartikan sebagai sistem atau cara kerja. Pola juga diartikan sebagai bentuk atau struktur yang tepat. Berdasarkan arti tersebut juga dapat didefinisikan bahwa pola terbentuk dari adanya sistem atau cara kerja yang dilakukan secara terstruktur dan berulang (tetap). Aktifitas tersebut yang kemudian membentuk sebuah pola. Pola *update* yang dimaksud peneliti yaitu pola jenis konten yang diunggah oleh akun instagram @tabu.id. Untuk mengetahui dan menentukan pola apa yang dibentuk oleh akun instagram @tabu.id dalam penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial. Hal tersebut dapat diketahui melalui pola *update* konten pada akun instagram @tabu.id dilakukan dengan

menyesuaikan *timeline* yang telah ditentukan. Dalam pembuatan konten akun instagram @tabu.id dilakukan penyusunan jadwal unggahan dengan tidak memperhatikan jam tertentu. Namun, unggahan disesuaikan dengan pergantian dan rentang waktu yang ada yaitu sekitar jam 6 sore sampai jam 9 atau setengah 10 malam. Hal ini disesuaikan dengan melihat *insight* waktu pada akun instagram @tabu.id.

Akun instagram @tabu.id melakukan pengelolaan untuk menyampaikan informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja yang ditampilkan kepada pengguna instagram khususnya *followers* akun instagram @tabu.id. Berdasarkan intensitas yang dimiliki oleh akun instagram @tabu.id, berikut ini tabel konten akun instagram @tabu.id per Januari 2019–Mei 2020 yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.4 Tabel Konten Akun Instagram @tabu.id Per Februari 2019-Mei 2020

Konten	Intensitas	Tema	Waktu
Pubertas Remaja	4 Konten	Tahap Perkembangan Seksualitas	12 April 2019
	4 Konten	Pengetahuan Tentang Manajemen Kebersihan Menstruasi	16 Maret 2019
	4 Konten	Pengetahuan Seksual Komprehensif Untuk Anak	21 November 2019
	4 Konten	Siklus Menstruasi	5 Desember 2019
	3 Konten	Mimpi Basah	23 Desember 2019
KDP (Kekerasan Dalam Pacaran)	4 Konten	Kekerasan Ekonomi Terhadap Pasangan	7 Februari 2019

	4 Konten	Relasi Sehat Dan Tidak Sehat	19 Maret 2020
	4 Konten	Mendukung Penyintas Kekerasan Seksual	16 April 2020
PMS (Penyakit Menular Seksual).	2 Konten	Pengetahuan PMS Remaja Indonesia	2 Januari 2019
	3 Konten	Stigma Terhadap Diskriminasi ODHA	1 Maret 2019
	3 Konten	Mitos Penyakit Menular Seksual HIV	1 November 2019
	3 Konten	Stigma terhadap ODHA	15 November 2019
	1 Konten	Memperingati Hari AIDS Sedunia	2 Desember 2019

Sumber: Olah data peneliti

Pola akun instagram @tabu.id terjadi secara tidak tetap setiap harinya, jumlah konten yaitu rata-rata 1-2 konten setiap harinya, pola akun instagram @tabu.id tidak selalu seperti yang tertera pada gambar di atas, unggahan juga dapat berupa konten dengan pembahasan acak. Seperti konten interaktif dengan *followers* terlebih dahulu kemudian konten dengan pembahasan isu atau topik tema secara umum, kemudian diikuti dengan tips dan trik, serta mitos atau fakta, dan lain sebagainya. Hal tersebut akan membuat remaja penasaran pada konten yang akan diunggah akun instagram @tabu.id dengan melanjutkan pembahasan konten sebelumnya, hal ini bertujuan untuk melengkapi informasi pembahasan suatu topik tema konten, menuai kontroversi konten, dan mencari tahu konten apa lagi yang dibutuhkan oleh *followers*.

2) Strategi Penulisan *Caption*

Caption merupakan sebuah deskripsi atau cerita singkat yang menyertai

gambar untuk digunakan sebagai tambahan informasi tentang gambar yang diunggah. Sehingga gambar tersebut dapat didefinisikan melalui penyampaian *caption* dalam sebuah konten pada instagram (Rizal, 2019: 137). Sehingga dapat menjelaskan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dari sisi konten akun instagram @tabu.id kepada *followers* secara menarik dengan menggunakan bahasa yang relevan bagi remaja. Bahasa adalah bagian dari perilaku sosial, tanda atau simbol banyak yang digunakan untuk memenuhi apa yang disebut sebagai bahasa. Tujuannya yaitu untuk menyampaikan ide-ide dan perasaan-perasaan tertentu (Mead, 2018: 64-68).

Setiap jenis bahasa mengandung daya pembebasan dan revolusioner. Bahasa mempunyai kekuatan emansipatoris dan dimensi transformatif. Di dalam *speech Acts*, J. R. Searle mengemukakan bahwa secara pragmatis ada tiga jenis tindakan yang diwujudkan oleh seseorang penutur di dalam berbahasa, yaitu tindakan untuk mengungkapkan sesuatu (*locutionary act*), tindakan melakukan sesuatu (*illocutionary act*), dan tindakan mempengaruhi lawan bicara (*perlocutionary act*) (Searle, 1969: 23- 24). Secara berturut-turut ketiga jenis tindakan itu disebut sebagai *the act of saying something*, *the act of doing something*, dan *the act of affecting someone*. Bahasa, menurut Levi-Strauss, dapat dikatakan merupakan suatu kondisi budaya, dan ini berlaku dalam dua hal. Bahasa adalah kondisi budaya secara diakronis, karena terutama melalui bahasalah kita mengenal budaya kita sendiri, dan bahasa dapat juga dikatakan sebagai kondisi budaya, karena bahan pembentuknya berasal dari jenis yang sama dengan bahan pembentuk budaya sebagai suatu keseluruhan yaitu hubungan logis, pertengahan, korelasi, dan semacamnya. Sehingga bahasa dapat menjadi cerminan pemahaman pemakai bahasa tentang kebudayaannya, dan perkembangan bahasa dipengaruhi perubahan-perubahan sosio-budaya (Sobur, 2003: 289-290).

Berikut ini penulisan *caption* pada akun instagram @tabu.id. Dari hasil observasi, peneliti mengelompokkan cara-cara akun instagram @tabu.id dalam menyusun pesan melalui *caption* untuk dapat menciptakan interaktivitas dengan tiga cara yaitu, penyampaian pesan dengan *caption* bersifat narasi, cara atraktif, dan penyampaian pesan dengan kalimat editorial (Permassanty dan Muntiani,

2018: 182).

- a) Naratif, *caption* yang ditulis dengan teknik bercerita dengan berusaha menggambarkan sejelas-jelasnya suatu peristiwa kepada pembaca, contohnya dengan mengulas berbagai cerita di lingkungan sekitar.

Gambar 4.5 Contoh *Caption* Naratif Pada Konten



Sumber: akun instagram @tabu.id

Berdasarkan gambar di atas, terdapat cerita naratif tentang sebuah konten dengan *caption* menceritakan suatu keadaan dua orang yang sedang melakukan percakapan “A: Lagi ngapain lu ? serius amat ngeliatin hp ?, B: Gue lagi baca TABU, nih! *sambil nunjukkin konten tentang masturbasi, A: iiii porno lu!, B:.....”. Kemudian dilanjutkan dengan *caption* di bawahnya berupa pertanyaan dan pernyataan kepada *followers* tentang percakapan di atas, mulai dari penjelasan tentang alasan mengapa hal yang berkaitan dengan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas dianggap tabu. Kemudian dilanjutkan dengan percakapan yang menyatakan bahwa pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja secara komprehensif sangat dibutuhkan oleh remaja meskipun materi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas sudah didapatkan melalui beberapa mata pelajaran seperti pendidikan agama, pendidikan jasmani, kesehatan, dan

olahraga, serta biologi.

Gambar 4.6 Contoh *Caption* Naratif Pada Konten



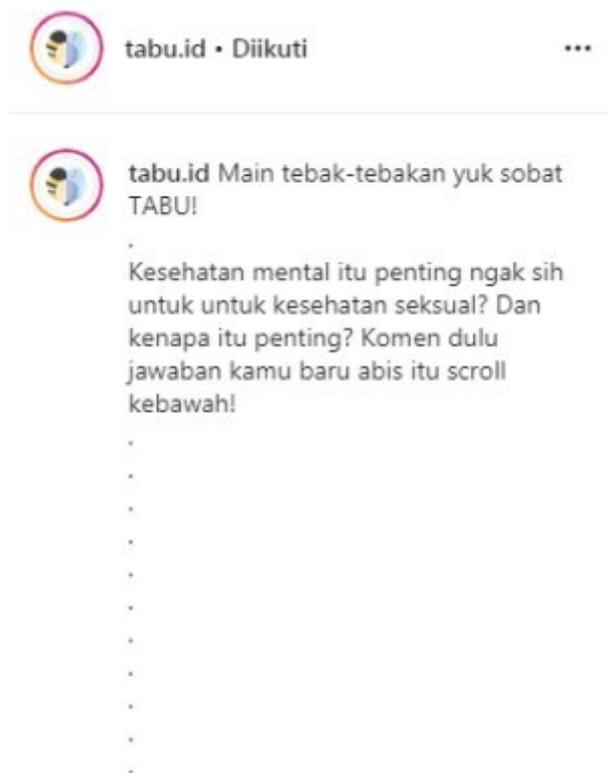
Sumber: akun instagram @tabu.id

Dilanjutkan pada *caption* yang menceritakan tentang akibat pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas tidak diberikan secara komprehensif kepada remaja, yaitu *caption* yang menuliskan “Padahal berdasarkan penelitian banyak anak muda yang menjadi korban kekerasan seksual mulai dari diraba payudaranya hingga dipaksa berhubungan seksual”. Pada *caption* konten tersebut juga menyertakan alasan mengapa pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja tidak diberikan dan menjadikan hal tersebut tabu untuk dibicarakan, yaitu pada *caption* yang menuliskan “Kurang komprehensifnya pendidikan seksual dan kesehatan reproduksi ini karena kekhawatiran Pemerintah Daerah dan pihak Sekolah terhadap siswa. Mereka khawatir pendidikan ini akan memicu siswa melakukan “seks bebas”. Selain kekhawatiran pemerintah, pendidikan agama juga membuat pendidikan ini jadi tabu”. *Caption* di atas merupakan bagian dari jenis tindakan dalam berbahasa berupa tindakan yang diwujudkan oleh seseorang penutur di dalam berbahasa, yakni tindakan untuk mengungkapkan sesuatu (*locutionary act*). Penulisan *caption* dengan

teknik naratif atau bercerita mampu menjadi salah satu penyajian informasi dalam menyesuaikan perkembangan budaya pada remaja. Oleh karena itu, teknik naratif dapat merefleksikan bagaimana cerita yang terjadi di lingkungan kehidupan remaja dalam tindakan tersebut merupakan ungkapan sesuatu berupa teks, tanda, dan pemaknaan yang berkembang dalam media sosial seperti yang digunakan akun instagram @tabu.id dalam memproduksi teks *caption* yang ditransformasikan dengan gaya bahasa informal remaja.

- b) Atraktif, pesan disampaikan menggunakan simbol *emoticon* dan bahasa puitis, penulisan *caption* dengan kalimat tanya, konten dan *caption* dikemas dalam kuis tebak-tebakan. Seperti pada salah satu konten akun instagram @tabu.id berikut ini.

Gambar 4.7 Contoh *Caption* Atraktif pada Konten



Sumber: akun instagram @tabu.id

Caption pada konten di atas berupa kalimat tebak-tebakan tentang apakah kesehatan mental penting untuk kesehatan seksual, kemudian

caption dilanjutkan dengan mengajak *followers* melanjutkan pada tulisan *caption* yang ada di bawahnya, dengan jawaban yang diberikan melalui konten tersebut, yaitu *caption* menuliskan “Main tebak-tebakan yuk sobat TABU!, kesehatan mental itu penting nggak sih untuk kesehatan seksual? dan kenapa itu penting? Komen dulu jawaban kamu baru abis itu scroll ke bawah!”.

Caption yang dikemas berupa kuis tebak-tebakan seperti di atas, merupakan bagian dari jenis tindakan dalam berbahasa berupa tindakan mempengaruhi lawan bicara (*perlocutionary act*). Di mana akun instagram @tabu.id dapat mempengaruhi *followers* untuk mengikuti aturan main yang dibuat dalam *caption*. Sehingga, *caption* konten akun instagram @tabu.id tersebut akan memunculkan rasa penasaran dan keterikatan *followers* pada konten. Penyajian informasi melalui pesan dalam *caption* tersebut menjadi bentuk *caption* dengan menggunakan bahasa yang relevan dan dapat diikuti oleh remaja di media sosial. Hal ini berkaitan dengan yang ditulis dalam buku "FLOW" Di Era Socmed: Efek Dahsyat Mengikat Makna, yaitu pertumbuhan media sosial pada abad 21 ini membuka ruang-ruang pribadi setiap individu, sehingga dunia menjadi lebih transparan. Siapa saja dapat menyampaikan pendapatnya baik secara tertata dan sopan ataupun dalam bentuk yang berantakan dan sangat kasar (Hasim, 2016: 51). *Caption* yang dikemas berupa kuis tebak-tebakan seperti di atas, merupakan bagian dari jenis tindakan dalam berbahasa berupa tindakan mempengaruhi lawan bicara (*perlocutionary act*). Peneliti dapat simpulkan bahwa penggunaan *caption* atraktif berupa kuis tebak-tebakan tersebut mendapat ruang lebih untuk berkembang di media sosial instagram yang digunakan oleh remaja seiring perubahan sosio-budaya populer yang terjadi pada generasi milenial.

- c) Penulisan *caption* dengan kalimat editorial berupa kata sapaan dan *quote*, *greetings* yaitu kata sapaan untuk *followers* yang biasa digunakan saat pergantian waktu, seperti waktu pagi, sore, dan malam. Menurut Maryati

(2016), kalimat sapaan hingga menanyakan hal yang lebih personal seperti menanyakan kabar *followers* bertujuan agar dapat terjalin sebuah kedekatan dengan *followers* (Permassanty dan Muntiani, 2018: 182). Berikut ini alasan penggunaan *caption* yang digunakan pada setiap konten akun instagram @tabu.id, dalam wawancara bersama Alvin

“Biasanya di bagian awal kita pakai referensi budaya populer, entah itu lirik lagu, atau film. Jadi, kita mengkaitkan hal apa sih yang remaja sukai dengan konten kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja itu sendiri dengan harapan mereka akan memberikan lebih banyak atensi terhadap apa yang kita tulis”

Sebagaimana dikatakan oleh Kahn dan Kellner, budaya yang berkembang di kalangan remaja saat ini pada dasarnya merupakan bentuk kompleksitas budaya yang timbul akibat proliferasi (perkembang-biakan media di era postmodern yang menjadi berlipat ganda) media dengan produk industri budaya populer global dalam kehidupan sehari-hari. Seperti film, televisi, musik, dan novel populer dengan difasilitasi internet. Kehidupan remaja yang tidak dapat terlepas dari internet dan media sosial menjadi pendorong pengembangan lebih lanjut adanya hal tersebut (Sugihartati, 2017: 43).

Gambar 4.8 Contoh *Caption* Sapaan pada Konten



Sumber: akun instagram @tabu.id

Penulisan *caption* secara simbolik yaitu dengan menggunakan bahasa yang tidak formal seperti kita, sobat, dan teman-teman, yang berarti akun instagram @tabu.id tidak ingin memberikan batas atau jarak kepada para *followers* dengan tujuan agar mereka dapat menerima informasi dengan baik, menyenangkan, dan ramah remaja. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Alvin

“Salah satu prinsipnya yaitu, kita nggak menggunakan bahasa formal, bahkan kita terkadang tidak menggunakan bahasa indonesia yang baik dan benar, karena kita nggak pengen menggurui, dan kita lebih pengen seperti temen yang menceritakan, jadi lebih ramah ke remaja”

Kalimat sapaan sangat beragam, misalnya mulai dari sapaan “selamat pagi, siang, atau malam” atau juga dengan kalimat sapaan “selamat hari....” dan lain sebagainya. Berdasarkan analisis peneliti menggunakan teori Interaksi simbolik Mead, peneliti menemukan secara simbolik penggunaan kalimat sapaan “Sobat TABUI!”. *Caption* dengan kalimat

editorial berupa sapaan pada gambar di atas termasuk bagian dari jenis tindakan dalam berbahasa berupa tindakan melakukan sesuatu (*illocutionary act*), *caption* akun instagram @tabu.id tersebut merupakan penyajian informasi berupa pesan yang dilakukan untuk lebih dekat kepada *followers*. Berdasarkan observasi peneliti, interaksi yang terjadi dalam media sosial tidak dibatasi oleh regulasi dan bahasa. Aktivitas interaksi dalam media sosial instagram menggunakan bahasa teknologi yang luas. Di mana bahasa memiliki kemampuan untuk menyatakan lebih daripada apa yang disampaikan. Bahasa lebih dari sekedar alat megkomunikasikan realitas, namun bahasa juga merupakan alat untuk menyusun realitas (Spradley, 1997: 23) dalam (Sobur, 2003: 273

4. Pemilihan Gambar

Peggunaan gambar sangat penting untuk membangun representasi dari sebuah akun pada profil instagram dan membangun suatu identitas tersendiri bagi akun instagram untuk diimplementasikan pada medium kontemporer tersebut. Sehingga akan menciptakan ciri khas dan identitas yang akan diketahui oleh para pengguna instagram, hal tersebut mencangkup pemilihan warna, tipografi, dan ilustrasi.

Akun instagram @tabu.id menyajikan berbagai macam gambar untuk diunggah pada *feed* berupa sebuah ilustrasi karakter remaja, anak-anak, orang tua, bagian tubuh, dan lain sebagainya. Ilustrasi tersebut digambarkan dengan gaya dan warna yang berbagai macam. Penggunaan ilustrasi tersebut memiliki kesan yang berbeda pada setiap penggambarannya. Dalam menyampaikan pesan dari sebuah desain komunikasi visual, berikut unsur-unsur desain komunikasi visual antara lain warna, tipografi, dan ilustrasi. Di mana setiap warna dapat mengirimkan lebih dari satu pesan, dan warna-warna yang spesifik mengirimkan lambang-lambang positif ataupun negatif (Metha, 2014: 32).

a. Warna

Warna pada objek desain dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin

disampaikan, warna mengirim pesan halus dan kompleks secara bersamaan dan setiap individu dapat meresponnya secara mendalam. Warna bisa memberi kesan menarik, merangsang, menyejukkan atau mengejutkan, memikat atau membakar bagi yang melihatnya. Penggunaan warna akan dapat membedakan pilihan warna setiap individu dalam sebuah interaksi, karena setiap warna akan mempunyai arti atau makna tersendiri sehingga pemilihan warna dapat memenuhi tujuan secara lebih efektif. Penggunaan warna pada lintas generasi dan budaya juga dapat membantu cara berkomunikasi yang berbeda dengan siapa pun (Metha, 2014, 68-70). Sehingga pada konten gambar akun instagram @tabu.id warna diharapkan dapat menarik perhatian atau meningkatkan *mood*, serta dapat memperjelas informasi yang disampaikan.

b. Tipografi

Tipografi adalah disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, untuk tujuan-tujuan tertentu. Berdasarkan fungsinya, huruf dapat dipilah menjadi dua jenis, yaitu huruf teks (*text type*) dan huruf judul (*display type*). Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat memberikan makna tersendiri untuk sebuah objek atau gagasan serta mampu untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan visual, karena dalam suatu huruf terdapat nilai fungsional dan nilai estetika (Nafiana, 2018: 11). Tipografi dalam akun instagram @tabu.id menjadi tampilan teks yang terlihat dalam visualisasi berupa teks judul, teks penjelasan, dan teks tambahan lain yang terlihat pada sebuah gambar konten .

c. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan seni gambar untuk memberi sebuah penjelasan atas suatu tujuan secara visual. Secara harfiah, ilustrasi diartikan sebagai gambar yang digunakan untuk sarana pendukung cerita, serta menghiasi ruang kosong pada karya desain. Bentuk dalam ilustrasi berupa gambar sketsa, lukis, atau gambar digital dan karya fotografi. Ilustrasi juga dapat digunakan sebagai pengantar atau gambaran umum dari suatu cerita atau teks (Nafiana, 2018: 14). Penggunaan ilustrasi pada desain konten akun instagram @tabu.id berupa ilustrasi gambar digital dapat meningkatkan nilai estetika dan memberikan

gambaran secara lebih jelas atas informasi pada pesan yang akan disampaikan.

Gambar 4.9 Pemilihan Warna, Ilustrasi, Dan Teks pada Gambar Konten



Sumber: akun instagram @tabu.id

Gambar di atas memperlihatkan bahwa tema warna yang dipilih oleh akun instagram @tabu.id adalah warna biru dan merah muda, dengan beberapa ilustrasi remaja, penggunaan tema yang senada dengan atribut pada akun instagram @tabu.id mempunyai identitas tersendiri. Hampir setiap konten selalu menyertakan logo @tabu.id. Pada konten *feed* akun instagram @tabu.id terdapat ilustrasi remaja, penggunaanya beragam untuk merepresentasikan pesan yang terdapat dalam sebuah konten, penggunaan logo juga selalu disisipkan pada setiap konten akun instagram @tabu.id. Hal ini sebagai identitas visual bagi akun instagram tersebut. Penggunaan jenis huruf pada teks yang digunakan juga cukup konsisten. Elemen yang terdapat pada gambar terkait teks konten yaitu pada jenis dan ukuran font dan menggunakan dengan huruf besar pada judul, selain itu teks yang berada dalam foto diberi warna yang menarik dan sesuai agar terlihat lebih enak dipandang serta membantu *followers* untuk mengingat dan memberikan perhatian lebih pada bagian yang mendapatkan tulisan yang berbeda dalam konten.

B. Alasan Penyajian Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) Dan

Seksualitas Remaja Di Akun Instagram @tabu.id

1. Teknik Penyusunan Pesan Pada Konten Informasi Kesehatan Reproduksi (kespro) dan Seksualitas Remaja Akun Instagram @tabu.id

Teknik penyusunan pesan pada akun instagram @tabu.id dibuat oleh *content writer*, dengan pantauan *guidens* atau standar operasional dari Founder dan Co-Founder untuk menstandarisasi konten yang akan diunggah pada *feed*, akun instagram @tabu.id juga mempunyai tim riset untuk melakukan penelitian dengan menyebar kuisioner atau melakukan wawancara penelitian terkait isu kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja, selanjutnya hasil penelitian tersebut digunakan bagi keperluan *publish* jurnal, presentasi di konferensi, serta menambah pengetahuan terkait kesehatan reproduksi dan seksual remaja di indonesia.

Akun instagram @tabu.id menyajikan konten dengan memproduksi secara khusus menggunakan sistem *online*, dengan memanfaatkan media elektronik, hal tersebut sebagai ciri dari media sosial yang lainnya yaitu fleksibel, yang menyebabkan terjadinya percakapan dari banyak orang ke banyak orang secara terbuka, sehingga penyebaran informasi akan lebih mudah, cepat, dan menyeluruh tanpa terhambat ruang dan waktu. Hal ini berdasarkan pernyataan Co-founder akun instagram @tabu.id sebagai berikut.

“Kita base on online, jadi pengerjaan konten melalui google drive, ketemu paling dua sampai tiga bulan sekali untuk kita membuat content planning selama tiga sampai enam bulan ke depan, sisanya kita kerjakan sendiri-sendiri kemudian akan kita update melau whatsapp dan melalui drive untuk didiskusikan”

Perkembangan informasi dan teknologi informasi sebagai masyarakat jaringan (*Network society*), sehingga arus komunikasi dapat berjalan ke arah manapun dan pada level struktur di mana pun tanpa perlu dimediasi atau diwakikan. Oleh karena itu, menurut peneliti tim kerja akun instagram @tabu.id telah mampu mengimplementasikan *Cyberspace* sebagai sistem komunikasi dengan membangun konteks bersama secara bertahap. Sehingga semua anggota

tim dapat menanggapi secara langsung komunikasi dan informasi yang terjalin melalui jaringan internet (Levy, 2001: 44). Berikut ini teknik penyusunan pesan yang peneliti temukan pada konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja akun instagram @tabu.id:

1). Teknik Interpretasi Konten Perubahan Masa Pubertas Remaja pada Akun Instagram @tabu.id

Akun instagram @tabu.id sebagai ruang belajar bagi remaja tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja melalui teks media sosial dengan melibatkan *followers* dalam menciptakan bentuk komunikasi dan informasi yang relevan dengan kehidupan remaja. Untuk dapat membangun dan meningkatkan *followers*, akun instagram @tabu.id berusaha melibatkan *followers* salah satunya dengan cara memproduksi konten sesuai dengan bahasa informal sesuai bahasa yang digunakan oleh remaja. Hal tersebut peneliti temukan sebagai hasil demokratisasi melalui konten media sosial, yaitu adanya produksi, distribusi, dan konsumsi konten dari, oleh, dan untuk *followers*. Sehingga dalam akun instagram @tabu.id, bahasa menjadi sebuah cerita. Fitur *instagram story* sedang populer di kalangan remaja, lebih dari 70% akun instagram menggunakan *instagram story* (Data internal instagram, 2018). Menurut data internal Instagram pada Januari 2019, sebanyak 500 juta pengguna aktif dalam mengunggah cerita di instagram melalui fitur *instagram story*. Hal tersebut menjadi cara yang digunakan oleh akun instagram @tabu.id sebagai cara terbaru untuk bercerita melalui media sosial instagram yang sedang banyak diminati oleh remaja.

Gambar 4.10 Konten *Instagram Story*



Sumber: akun instagram @tabu.id

Konten *instagram story* akun @tabu.id memproduksi konten interaktif untuk menciptakan sebuah interaksi dengan *followers*, hal tersebut juga berfungsi untuk mempopulerkan media baru menjadi sebagai produk sebuah budaya. Salah satu konten *instagram story* yang ada pada akun instagram @tabu.id yaitu berjudul “Pubertas Dini”. Slide *pertama*, teks menuliskan “Berhubung hari ini kita membahas tentang *precocious puberty*”, TABU penasaran, ingat kah di usia berapa teman-teman mulai mengalami pubertas?”. Slide *kedua*, berisi teks yang ditulis “Wah ternyata jawaban dari temen-temen beragam nih, coba kita lihat jawabannya ya!”. Konten tersebut berisi beberapa *slide* pembahasan, disajikan dengan bahasa interaktif dan penggunaan beberapa fitur yang ada pada *instagram story* seperti *gif* dan fitur pertanyaan yang terdapat pada instagram untuk membentuk sebuah interaksi dalam sebuah informasi. Di mana interaksi sosial berkembang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga identitas dan representasi yang muncul akan bermacam- macam.

Media berperan sebagai penyebar informasi sesuai fungsinya serta pembentuk opini publik yang kemudian berkembang menjadi penyeragaman opini dan selera dalam mempopulerkan suatu bentuk produk budaya. Sehingga sesuatu

yang diproduksi oleh media akan diterima publik sebagai suatu nilai kebudayaan. Oleh karena itu, budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media. Artinya, jika media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerap dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan (Strinati, 2003) dalam (Setiawan, 2013: 361-363)

Menurut laman *facebookblueprint.com* Beberapa sisi unik fitur instagram story yang dapat membantu melengkapi keterhubungan dengan pengguna atau *followers*, yaitu:

1). Layar penuh

Cerita pada akun instagram @tabu.id dioptimalkan untuk tampilan vertikal dan layar penuh di ponsel.

2). Ceria

Cerita akun instagram @tabu.id menawarkan kesenangan, dengan menyertakan alat kreatif seperti stiker, alat menggambar, dan efek lainnya yang disediakan oleh *instagram story*.

3). Tidak kekal

Cerita akun instagram @tabu.id membagikan konten secara *real time* dan dapat dilihat selama 24 jam.

4). Cepat

Cerita akun instagram @tabu.id dioptimalkan untuk layar vertikal dan memungkinkan orang menonton banyak video dan foto dengan cepat melalui fitur tersebut.

5). Saat ini

Cerita akun instagram @tabu.id memiliki perasaan pribadi dan intim yang memunggiinkan orang untuk lebih terbenam pada pembahasan dalam konten

6). Interaktif

Cerita akun instagram @tabu.id memungkinkan orang untuk terlibat dengan konten melalui berbagai fitur interaktif (Admin, 2019).

Aktifitas yang didapatkan melalui fitur *instagram story* pada konten akun instagram @tabu.id di atas yaitu berisi tentang pengalaman pubertas. Diawali

dengan pertanyaan mengenai usia berapa remaja mengalami pubertas dengan menambahkan teks berwarna-warni, emoji, dan stiker ke layar cerita, kemudian akun instagram @tabu.id mendapatkan respon melalui *direct message (DM)* yang dikirimkan oleh *followers* yang ingin membagikan cerita pengalamannya. Setelah itu pembahasan dalam konten *instagram story* tersebut dilanjutkan dengan diskusi melalui jawaban-jawaban tentang pengalaman pubertas yang diberikan oleh *followers* dilengkapi berbagai gaya dan warna khas yang digunakan pada konten layar cerita. Konten *instagram story* tersebut akan hilang setelah 24 jam dan tidak akan muncul di kisi cerita pengguna atau *followers* lain. Dalam konten tersebut *followers* dapat mengomentari konten yang diunggah oleh akun instagram @tabu.id.

Gambar 4.11 Respon *Followers* Melalui *Instagram Story*



Sumber: akun instagram @tabu.id

Slide selanjutnya pada konten tentang pubertas di atas yaitu berupa respon langsung dari *followers* mengenai pendapat dan pengalaman mereka, untuk mengawali respon yang diberikan oleh *followers*, akun instagram @tabu.id menyampaikan dengan teks yang bertuliskan “Sore teman-teman TABU! Melanjutkan diskusi kita kemarin, ternyata ada lho beberapa temen-temen TABU

yang mengalami pubertas lebih awal! Mau tahu pengalaman mereka?”, dilanjutkan dengan teks pada slide selanjutnya berupa “ini dia pengalaman mereka yang mengalami pubertas lebih awal”. Beberapa pengalaman yang diberikan oleh *followers* berupa cerita yang kemudian dapat di *re-konten* oleh akun instagram @tabu.id melalui konten *instagram story*.

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan bahwa konten akun instagram @tabu.id memanfaatkan bahasa untuk menciptakan sebuah interaksi. Bahasa dalam setiap konten akun instagram @tabu.id menyesuaikan target khalayak atau *followers* yaitu remaja. Menurut Mead, bahasa dapat dipahami sebagai proses sosial terhadap perilaku dalam sebuah kelompok organisme yang saling berinteraksi. Oleh karena itu, penggunaan bahasa dengan menyajikan bahasa informal khas remaja masa kini dalam pemberian informasi kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas remaja akan menghasilkan interaksi yang lebih bermakna pada proses sosial pada akun instagram @tabu.id (Mead, 2018: 53).

Media berperan sebagai penyebar informasi serta pembentuk opini publik yang kemudian berkembang menjadi penyeragaman opini dan selera. Akibatnya, apapun yang diproduksi oleh suatu media akan diterima oleh publik sebagai suatu nilai, dalam hal ini nilai kebudayaan. Media massa telah menjadi hal utama bagi arus komunikasi dan informasi di dalam maupun diantara masyarakat khususnya remaja. Media interaktif memiliki unsur *audio-visual* dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif. Media interaktif merupakan alat perantara yang dirancang dengan pemanfaatan komputer menggunakan unsur seperti suara (*audio*), gambar (*visual*), dan teks untuk menyampaikan pesan (Setiawan, 2013: 368-369).

Informasi kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas remaja di media sosial instagram menjadi salah satu cara penyajian informasi baru dalam pemanfaatan media massa untuk memproduksi konten dengan menghasilkan suatu budaya populer pada remaja, media sosial instagram menjadi sebuah ruang baru

untuk menyebarluaskan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Menurut pakar seksologi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro, Dr. dr. Amin Husni, SpS (K), M.Sc bahwa pendidikan seks memuat tiga cakupan yakni penerangan atau penyuluhan (*sex information*), pengajaran (*intruction*), dan pendidikan (*education in sexuality*). Penyuluhan yaitu memeberikan penerangan duduk perkara dengan sebenarnya aktivitas seks yang disesuaikan dengan tingkat perkembangan dan golongan usia yang memuat aspek biologis secara anatomi dan fisiologi dari fungsi reproduksi. Sedangkan pendidikan seks memuat aspek etika, moral, agama, sosial, dan pengetahuan lainnya untuk memahami dirinya sebagai mahluk seksual (Abdullah dkk, 2002: 85).

Oleh karena itu, media sosial instagram mengisi ruang bagi remaja untuk berdiskusi mengenai isu-isu aktual, terutama hal yang berkaitan dengan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja, dengan adanya informasi dan berbagai tanggapan memungkinkan terjadinya peningkatan kesadaran tentang pentingnya pengetahuan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas komprehensif yang berbasis bukti empiris di kalangan remaja melalui advokasi menggunakan media sosial. Karena instagram menjadi bagian dari perkembangan budaya populer remaja, maka media sosial instagram tersebut dijadikan sebagai sarana untuk memperoleh gagasan, dan menjadi bagian dari komodifikasi pesan.

Teknologi dan pengguna merupakan entitas yang memiliki peran dalam mentransformasikan realitas di internet. Internet juga tidak sekedar medium, tetapi memberikan kontribusi dari terbentuknya dimensi-dimensi baru dari budaya. Kehadiran perangkat lunak (*Software*) maupun keras (*hardware*) memiliki pengaruh yang tidak sedikit untuk terjadinya realitas sosial-siber. Sehingga pelibatan fitur-fitur teknologi dapat dilihat melalui realitas sosial internet (Nasrullah, 2012: 20-21). Menurut peneliti, dapat disimpulkan bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media yang artinya apabila media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya maka publik akan menyerapnya dan menjadikan itu sebuah bentuk dari kebudayaan, dalam hal ini instagram sebagai ruang informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas bagi remaja. Karena kekuatan budaya populer saat ini telah melekat dalam masyarakat

khususnya remaja, serta membentuk berbagai pemikiran serta merubah pola perilaku remaja yang disebabkan oleh munculnya budaya populer dengan menggunakan media sosial sebagai perangkat dalam penyebarluasan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas melalui budaya populer yang ada di kalangan remaja.

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu. Nilai-nilai ini, diakui baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu dalam sebuah interaksi hingga memunculkan nilai yang berlangsung di alam bawah sadar individu dan diwariskan pada generasi berikutnya. Merujuk arti budaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia halaman 169, budaya dapat diartikan sebagai pikiran, akal budi; adat istiadat; sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju); sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah. Tradisi antropologi Clifford Geertz mengartikan budaya sebagai nilai yang secara historis memiliki karakteristik tersendiri dan bisa dilihat dari simbol-simbol yang muncul. Simbol tersebut bermakna sebagai sebuah sistem dari konsep ekspresi atau komunikasi diantara manusia yang mengandung makna dan yang terus berkembang seiring pengetahuan manusia dalam menjalani kehidupan ini. Oleh karena itu, budaya merupakan nilai, kebiasaan, atau kepercayaan yang akan terus berkembang (Nasrullah, 2012: 15).

Budaya massa dipengaruhi oleh budaya populer. Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, sehingga kekuatan hegemonisasi budaya menguasai unsur-unsur penting dalam kehidupan masyarakat (Bungin, 2009: 100-101). Sesuai dengan perkembangan era globalisasi, masyarakat mulai beralih menjadi masyarakat informasi, pada era ini masyarakat mengalami revolusi informasi yang mampu untuk mengolah dan mengakses informasi dengan lebih bermanfaat. Selain itu, teknologi juga memiliki peran penting bagi masyarakat informasi guna mengakses informasi. Menurut Castell (1996) menyatakan bahwa era revolusi informasi saat ini ditandai dengan munculnya perkembangan teknologi informasi yang luar biasa canggih yang disebut dengan kebudayaan

virtual rill. Kebudayaan *virtual rill* adalah satu sistem sosial-budaya dimana realitas sepenuhnya tercangkup dalam *setting* citra dunia maya (Alyusi, 2016: 31).

2. Teknik Struktur Pesan pada Akun Instagram @tabu.id

Struktur pesan adalah cara komunikator mengendalikan, pengendalian pesan ini berupa penarikan kesimpulan atau menyerahkannya ke *followers*, penarikan kesimpulan yang paling efektif adalah penarikan kesimpulan diserahkan kepada khalayak sehingga dapat menghasilkan respon berupa *likes* dan komentar (Permassanty dan Mutiani, 2018: 181). Sebagaimana yang dijelaskan pada Teori *New Media* yaitu bagaimana proses komunikasi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa batasan ruang dan waktu. Pada penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja akun instagram @tabu.id termasuk dalam kriteria *second media age* yaitu komunikasi dua arah, di mana adanya hubungan timbal balik, sehingga pengguna aktif media sosial instagram (*followers*) dapat secara langsung memberikan komentar atau pendapat melalui media sosial instagram (Levy, 2001: 44).

Seperti yang terdapat pada beberapa konten akun instagram @tabu.id berikut ini, penarikan kesimpulan tersebut disertakan pada akhir caption dengan kalimat mengajak *followers* untuk berpendapat melalui kolom komentar dengan tujuan penarikan kesimpulan dapat diserahkan pada masing-masing *followers*.

Gambar 4.12 Struktur Pesan Pada *Caption*



Sumber: Dokumen akun instagram @tabu.id

Pada *caption* konten tersebut akun instagram @tabu.id menuliskan “Hmm, gimana nih Sobat TABU? Kalau kalian sendiri ada di posisi setuju, netral, atau menentang ? terlepas apapun pendapat kalian, kita tetap harus sadari ya keputusan untuk melakukan hubungan seksual (baik pra atau setelah menikah) adalah keputusan personal dan tidak menentukan nilai dari seseorang! Yuk tulis pendapat kalian di komentar!”. Struktur pesan akun instagram @tabu.id pada *caption* di atas memiliki pengendalian pesan berupa penarikan atau penyerahan kesimpulan kepada *followers*, adanya proses sosial komunikasi individu dalam menciptakan sebuah mekanisme pemikiran reflektif atau kemampuan untuk mengarahkan tindakan dengan segala konsekuensinya. Pada tahap ini *followers* mampu menjadikan dirinya sebagai sebuah objek bagi dirinya sendiri dan berada pada

dunia moral serta ilmiah; dengan artian menjadi seorang individu yang bermoral dengan tujuan-tujuan impulsif yang berubah menjadi kesadaran untuk mencapai tujuan yang ada (Mead, 2018: 27).

3. Teknik Isi Pesan pada Konten Akun Instagram @tabu.id

Proses komunikasi dan informasi berlanjut pada pengembangan pesan

kreatif. Pengembangan pesan dilakukan agar khalayak (followers) tertarik dan terlibat dalam konten yang diunggah pada akun instagram @tabu.id, setelah menetapkan target audiens, isi informasi, dan tujuan yang diinginkan, komunikasi dan informasi dilanjutkan dengan pengembangan pesan kreatif (Permassanty dan mutiani, 2018: 181), seperti melalui isi pesan, berdasarkan tujuan yaitu untuk menjadikan remaja di Indonesia tidak tabu dan terdidik mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Akun instagram @tabu.id menjadi salah satu media sebagai ruang bagi remaja dalam menyikapi berbagai isu untuk saling berbagi informasi. Oleh karena itu, adanya akun @tabu.id dapat memasuki ruang interaksi remaja dalam media sosial untuk menyisipkan informasi yang akurat dan tervalidasi tanpa terkesan menggurui dan mengganggu ruang pribadi bagi remaja dalam pemenuhan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Pada level ruang media (media space), peneliti melihat adanya teks sebagai ruang media yang dapat menguraikan bagaimana perangkat media cyber dapat dilihat melalui isi pesan yang disajikan dalam konten akun instagram @tabu.id. Media sebagai ruang bagi remaja dalam menyikapi berbagai isu untuk saling berbagi informasi. Oleh karena itu, adanya akun @tabu.id dapat memasuki ruang interaksi remaja dalam media sosial untuk menyisipkan informasi yang akurat dan tervalidasi tanpa terkesan menggurui dan mengganggu ruang pribadi bagi remaja dalam pemenuhan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Konten akun instagram @tabu.id menyisipkan beberapa ide di dalamnya untuk menyampaikan isi pesan yang akan disampaikan, yaitu seperti ide rasional atau informasional, yaitu membuat pesan dengan menunjukkan sesuatu yang belum diketahui banyak orang. Menurut peneliti, penggunaan media sosial relevan bagi remaja karena dapat menyertakan konten secara tepat dan sesuai kebutuhan. Pada hal ini, peneliti menemukan bahwa konten akun instagram @tabu.id memberikan informasi kesehatan dan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja yang dikemas secara akurat, kredibel, dan ilmiah dengan memperhatikan kualitas informasi pada setiap konten yang diberikan dengan menyertakan sumber informasi di akhir caption atau kolom komentar.

Gambar 4.13 Konten Dengan Pesan Ide Rasional Atau Informasional



Sumber: akun instagram @tabu.id

Konten pada gambar di atas yaitu berupa konten tentang Peringatan Hari AIDS Sedunia, pada konten tersebut menyertakan ilustrasi yang dilengkapi dengan teks bertuliskan data Kementerian Kesehatan bulan April-Juni 2019 yaitu sebanyak 11.519 kasus HIV yang banyak terjadi pada remaja usia 20-29 tahun. Pada konten tersebut secara rasional dan informasional menyajikan data dari sumber terpercaya dan mencantumkan secara rinci pada *caption*. Informasi dengan memberikan data secara rasional mempunyai tingkat kebenaran untuk dapat dipercaya oleh *followers*. termasuk dalam penampilan informasi yang mudah dipahami dan diinterpretasikan kepada penggunanya dan *followers*. Hasil observasi peneliti menemukan bahwa penyajian informasi pada konten akun instagram @tabu.id menunjukkan konten memiliki kemampuan untuk dapat dipercaya oleh *followers*, beberapa informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja juga memperhatikan pemformatan sesuai ketentuan tingkat penampilan informasi untuk dapat dipahami secara mudah, sehingga *followers* dapat menafsirkan informasi pada setiap konten konten instagram akun @tabu.id.

Akun instagram @tabu.id juga menyampaikan pesan melalui ide emosional, seperti pada konten yang mengandung daya tarik emosional

diyakini dapat mengajak remaja untuk berkontribusi dan berinteraksi di media sosial terkait dengan kehidupan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja sekarang ini, dengan memanfaatkan fitur *instagram story*, akun instagram @tabu.id menyajikan template *instagram story* dengan judul “Pubertas Check”, di mana *followers* dapat mengunggah ulang dengan memberikan tanda centang pada beberapa pilihan dan menandai beberapa teman untuk mengikuti pembahasan pada konten tersebut sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialami oleh *followers*.

Gambar 4.14 Ide Emosional Pada Konten *Instagram Story*



Sumber: akun instagram@tabu.id

Konten pada gambar di atas yaitu konten *instagram story* dengan tema “Pubertas Check”, konten tersebut berupa *template* vertikal dengan beberapa teks yang bertuliskan berbagai macam pengalaman pubertas yang terjadi pada remaja, yaitu seperti: Diceramahin tentang seks sama orang tua, bingung pas ada rambut tumbuh di ketiak, dicie2in karena mulai naksir sama teman, mens atau mimpi basah terus panik sendiri, Jadi pengen main

keluar sama teman terus, Tiba-tiba jadi paling tinggi/pendek di kelas, Mulai gak pede karena jerawat, Jadi milih-milih baju yang tadinya “bodo amat”, cari info pubertas di internet. Konten tersebut juga menuliskan bahwa *followers* dapat memberikan tanda ceklis pada setiap hal yang pernah *followers* alami dalam masa pubertasnya, serta *followers* juga dapat menandai konten kepada *followers* lain untuk dapat memberikan tanda ceklis pada konten tersebut.

Konten pada unggahan di atas memberi dorongan-dorongan bernuansa emosional menjadi sebuah keseluruhan yang harmonis. Konten diproduksi untuk dapat merangsang dan mengintegrasikan dorongan-dorongan sesuai dengan karakteristik atau nilai estetis. Melalui penggunaan media sosial, aspek-aspek emosional dari sebuah sikap dengan konten yang bervariasi dapat menjadi suatu bahan komunikasi. Sistem komunikasi dan informasi pada konten akun instagram @tabu.id tersebut dapat direfleksikan melalui pengalaman individu, yaitu seperti pengalaman pubertas remaja yang terjadi pada dalam kehidupan nyata terkait kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Perubahan-perubahan teknologi dan modernisasi dalam kehidupan manusia mempengaruhi keseimbangan dan keserasian baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, kelompok maupun masyarakat. Rangsangan dari berbagai perubahan dan kemajuan tersebut tidak dapat dihindari oleh remaja (Gunarsa, 2008: 113). Mead memberikan analisis yang mendalam mengenai refleksi dengan *self-conditioning* terhadap stimulus, sebagai hasil dari kemampuan untuk mengindikasikan dirinya sendiri melalui simbol-simbol dari berbagai jenis respon terhadap stimulus yang bersangkutan, dalam hal ini yaitu ide emosional yang terdapat pada konten *instagram story* di atas (Mead, 2018:14). Akun instagram @tabu.id memosisikan sebagai akun media bagi remaja Indonesia dalam pemenuhan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Pada level pengalaman akun instagram @tabu.id dikelola langsung oleh remaja, sehingga ide dan gagasannya dapat mengikuti trend yang sedang populer

dalam kehidupan remaja. Ruang akun instagram @tabu.id memiliki budaya populer remaja sehingga dapat memengaruhi seseorang ketika berada dalam lingkup ruang akun instagram @tabu.id.

Karakteristik dunia virtual dapat menghasilkan efek dan di sisi lain yang menjadikan dirinya sebagai sebuah efek. Hubungan antar individu di dunia virtual bukanlah sekedar hubungan yang dikatakan sebagai “*substancless hallucination*” semata, pada dasarnya hubungan tersebut terjadi secara nyata, memiliki arti, dan juga berdampak atau berlanjut pada kehidupan nyata. Hal inilah yang kemudian ditegaskan oleh Hhoward Rheingold bahwa *cyberspace* merupakan ruang konseptual dimana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan dan juga kekuatan yang dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi CMC atau *Computer Mediated Communication*. “*The conceptual space where words, human relationship data, wealth, and power are manifested by people using CMC Technology*” (1993:5) dalam (Nasrullah, 2012, 20-21).

Akun instagram @tabu.id juga menyisipkan teknik isi pesan melalui ide moral, yaitu berupa ajakan untuk berbuat baik dengan menyusun pesan mengenai sesuatu yang benar dan sesuai serta ditujukan kepada perasaan *followers*, konten akun instagram @tabu.id menyajikan informasi sesuai data yang diambil dari berbagai penelitian, sehingga dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan realita kehidupan remaja sebagai bahan penelitian untuk kemudian menjadi sebuah konten pada akun instagram @tabu.id yang ditujukan untuk perasaan remaja.

Gambar 4.15 Ide Moral Pada Konten



Sumber: akun instagram @tabu.id

Informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja divisualisasikan pada setiap konten akun instagram @tabu.id. Konten secara simbolik memaparkan pentingnya pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas pada remaja, dengan menyertakan teks berupa persentase data tentang keinginan remaja untuk mendapatkan pendidikan seksual remaja di Indonesia.

Mead mengatakan bahwa tindakan moral adalah tujuan sosial, karena kepribadian merupakan sesuatu yang bersifat sosial. Maka, tugas moral adalah menjadi pengamat dari segala nilai yang ada di dalam situasi-situasi tertentu dalam kehidupan, dan untuk mempersoalkan nilai-nilai secara reflektif. Sehingga tindakan moral merupakan tindakan yang diarahkan pada kecerdasan pada pikiran dan tindakan sosial yang sedang berlangsung dan dipertimbangkan berdasarkan kepentingan sistem sosial (Mead, 2018: 38-39). Berdasarkan observasi peneliti, tindakan moral yang berlangsung dalam pembuatan konten ataupun hasil konten yang diunggah merupakan salah satu tindakan di mana akun instagram @tabu.id mengupayakan penghapusan stigma terkait kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di Indonesia, sehingga akan meningkatkan kesadaran remaja tentang pentingnya kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas.

C. Konten Pesan Akun Instagram @tabu.id

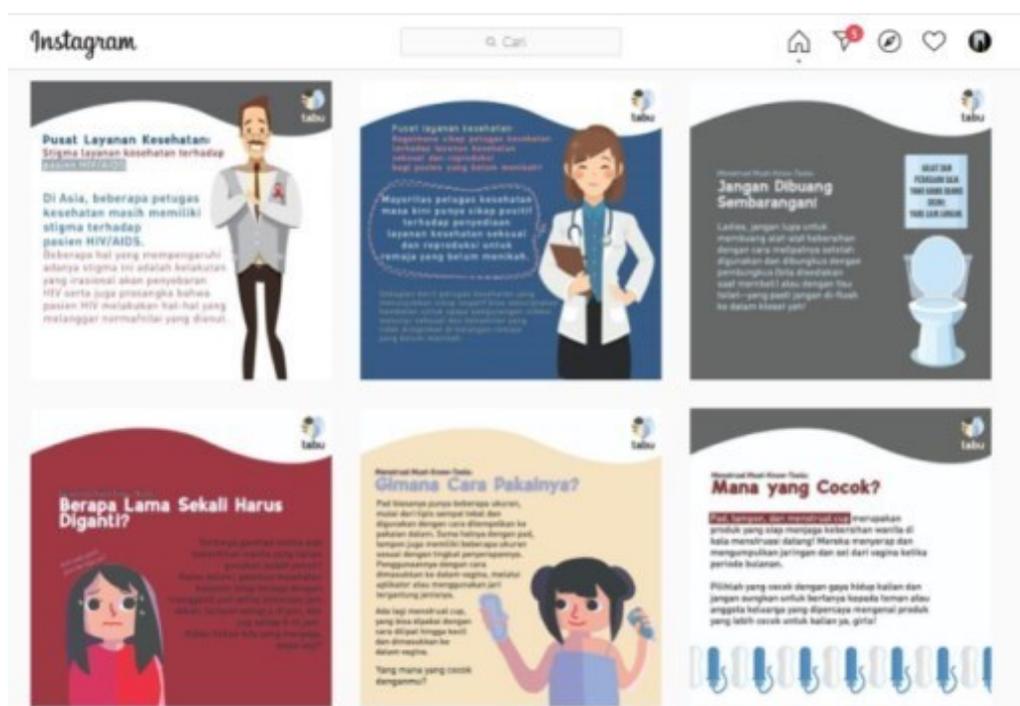
Peneliti mengamati setiap konten dalam akun instagram @tabu.id dari bulan Februari 2019 sampai Mei 2020. Kemudian peneliti melihat unsur- unsur pesan yang ada pada setiap konten akun instagram tersebut, dengan kategori berdasarkan tipe konten dari beberapa informasi yang dipilih yaitu tema Pubertas Remaja, KDP (Kekerasan Dalam Pacaran), dan PMS (Penyakit Menular Seksual).

1. Konten tentang Pubertas remaja yang membahas topik manajemen kebersihan menstruasi

Berdasarkan analisis peneliti tentang informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial yaitu salah satunya berkaitan

dengan tema Pubertas remaja, di mana pola tersebut diambil pada konten tanggal 16-22 September 2019. Pemilihan waktu dalam mengunggah konten sangat perlu diperhatikan agar dapat menarik dan menjangkau para pengguna instagram di waktu yang tepat. Dilihat dari aktifitas instagram terstruktur yang dilakukan oleh akun instagram @tabu.id, setiap harinya rata-rata yaitu sekitar 1-2 konten yang diunggah. Gambar di atas merupakan salah satu pola *update* yang dibentuk oleh akun instagram @tabu.id melalui konten *feed* di instagram.

Gambar 4.16 Konten Tema Pubertas Remaja



Sumber: akun instagram @tabu.id

Beberapa bagian pada konten tersebut divisualisasikan berupa ilustrasi remaja dengan ekspresi bingung, dilengkapi dengan menyertakan berbagai macam *icon* gambar tentang kebersihan menstruasi seperti *menstrual cup*, *pad*, *pembalut*, *tampon*, dan kloset. Maka, menurut peneliti pemaknaan simbolik pada konten menstruasi tersebut yaitu pentingnya informasi manajemen kebersihan menstruasi remaja secara komprehensif dan valid untuk memenuhi pengetahuan remaja terkait dengan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas khususnya dalam konten tersebut yaitu untuk memenuhi informasi masa pubertas remaja perempuan

tentang manajemen kebersihan menstruasi. Menurut Mead, ilmu pengetahuan adalah sesuatu yang berasal dari pengalaman, sesuatu yang terlihat berdasarkan pengalaman merupakan sebuah turunan dari objek-objek sosial, yaitu dalam susunan pengalaman yang berasal secara sosial, dalam pandangan Mead ilmu pengetahuan tersusun dari apa yang umum dan nyata yang diformulasikan secara simbolik (Mead, 2018: 15). Oleh karena itu, berdasarkan teori Interaksi simbolik Mead, peneliti melihat bahwa hal yang terpenting bagi komunikasi adalah simbol yang dapat membangkitkan diri seorang, di mana komunikasi harus memiliki universalitas bagi setiap individu pada situasi yang sama. Sehingga perlu adanya stimulus untuk dapat mempengaruhi individu dan juga memengaruhi orang lain (Mead, 2018: 271).

Konten pada gambar di atas membahas tentang menstruasi dan layanan kesehatan bagi remaja, secara simbolik bertujuan untuk memberikan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja yang komprehensif dan valid melalui media sosial instagram. Konten tanggal 16 September 2019 dengan judul konten “Mana yang cocok ?” membahas tentang penggunaan *pad*, tampon, *menstrual cup* pada saat remaja mengalami menstruasi, pada konten tersebut remaja dianjurkan untuk memilih produk yang cocok dalam menjaga kebersihan menstruasi. Sebagaimana aspek kesehatan menstruasi merupakan bagian penting kesehatan reproduksi seorang perempuan, yang tidak hanya meliputi aspek kesehatan fisik, tetapi juga aspek kesehatan mental, spiritual maupun sosial. Penelitian UNICEF pada tahun 2015 menyebutkan bahwa telah terjadi peningkatan kesadaran akan dampak praktik pengelolaan menstruasi terhadap kesehatan, pendidikan, dan psikososial bagi remaja putri di negara Asia, Afrika, dan Amerika latin. Dalam penelitian tersebut juga menjelaskan beberapa tantangan yang dihadapi wanita seperti akses yang buruk terhadap informasi lengkap tentang menstruasi, kurangnya pengetahuan untuk mengelola darah menstruasi, ketidakcukupan air, sanitasi dan fasilitas yang tidak memadai (Sinaga, dkk, 2017:1-2). Sehingga menurut peneliti, aspek sosial-budaya dibutuhkan untuk menepis anggapan tabu dan beberapa informasi yang justru menyesatkan serta

berdampak pada perilaku dan permasalahan dalam kesehatan reproduksi (kespro) remaja putri.

Konten selanjutnya yaitu berjudul “Gimana cara pakainya?” memberikan informasi tentang bagaimana cara menggunakan *pad* dan *menstrual cup* pada saat remaja mengalami menstruasi. Konten divisualisasikan dengan ilustrasi remaja yang sedang memilih antara *pad* atau *menstrual cup*. Konten tersebut memberikan informasi kepada remaja tentang pengelolaan menstruasi secara baik, dengan menyertakan tips memilih produk yang digunakan selama remaja mengalami menstruasi. Karena pengelolaan menstruasi yang tidak baik dapat menyebabkan putus sekolah, ketidakhadiran, dan masalah kesehatan reproduksi (kespro) yang berdampak pada kesehatan dan sosial-ekonomi jangka panjang bagi remaja putri (Sinaga, dkk, 2017: 2-3).

Konten ke tiga, yaitu berjudul “Berapa lama sekali harus diganti?” pada konten tersebut akun instagram @tabu.id memberikan informasi tentang bagaimana menjaga kebersihan selama menstruasi, salah satunya yaitu tentang waktu berapa lama mengganti produk yang digunakan selama remaja mengalami menstruasi. Ketidacukupan fasilitas air, sanitasi, dan kebersihan menyebabkan partisipasi remaja di sekolah dan kegiatan sosial menurun. Pembalut banyak digunakan remaja pada saat menstruasi karena lebih menyerap daripada kain dan bahan lain lebih mudah digunakan, dan mudah di buang. Namun penggunaan pembalut di kalangan remaja dapat menyebabkan rasa tidak nyaman dan dapat menyebabkan iritasi dan gatal apabila digunakan terlalu lama (Sinaga, dkk, 2017: 4-7).

Konten tentang menstruasi selanjutnya yaitu berjudul “Jangan dibuang sembarangan”, pada konten tersebut akun @tabu.id memberikan tips bagaimana cara membuang produk yang digunakan selama remaja mengalami menstruasi. Karena apabila remaja tidak menjaga kebersihan menstruasi maka akan berdampak buruk, remaja putri dianjurkan untuk mencuci sampah pembalut sebelum dibuang, akan tetapi sebagian besar sekolah tidak menyediakan air yang cukup atau tempat sendiri untuk melakukan manajemen kebersihan menstruasi

tersebut. Tidak banyak sekolah yang menyediakan tempat sampah untuk membuang pembalut di dalam toilet, hal ini menyebabkan perasaan malu remaja putri ketika membuang sampah pembalut selama berada di sekolah (Sinaga, dkk, 2017: 3-4)

Sebagaimana pada teori Interaksi simbolik juga menyatakan bahwa interaksi sosial bersifat simbolik apabila simbol bermakna sebagai suatu stimulus sosial untuk memulai sebuah respon dan ikut serta dalam menyusun pikiran (*mind*) pada setiap individu, sehingga menyusun respons terhadap sebuah simbol tertentu merupakan bagian dari tindakan sosial (Mead, 2018: 334). Pikiran (*mind*) merupakan sebuah proses penyertaan gabungan sikap dan repons yang terdapat pada tindakan sosial dalam pengalaman individu diimplikasikan pada situasi atau tindakan tersebut. Hal ini akan menyusun sebuah ide di dalam pikiran. Setiap individu yang berpartisipasi secara sadar akan makna dari percakapan, karena terdapat makna dalam sebuah pengalaman (Mead, 2018: 151-152). Melalui konsep pikiran (*mind*), peneliti menemukan bahwa proses sikap dan repons sesuai pengalaman remaja terkait kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas menjadikan media sosial instagram sebagai ruang yang sangat dekat dengan kehidupan remaja karena telah menjadi sebuah gaya hidup remaja yang tidak bisa untuk ditinggalkan. Oleh karena itu, menurut peneliti akun instagram @tabu.id sesuai apabila digunakan sebagai ruang informasi kesehatan reproduksi (*kespro*) dan seksualitas remaja di media sosial. Berdasarkan konsep diri pada remaja, *followers* memperoleh informasi yang valid dari sumber terpercaya, dan dapat berdiskusi melalui kolom komentar ataupun *direct message* (DM) dengan menggunakan gaya dan bahasa informal remaja serta penggunaan simbol teks yang terdapat pada fitur instagram.

2. Konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) untuk Remaja Masa Kini

Menurut Catatan Tahunan Komnas Perempuan tahun 2019 terdapat 2.073 kasus Kekerasan Dalam Pacaran (KDP). Angka tersebut merupakan hasil dari laporan yang ditangani oleh Komnas Perempuan dan Organisasi Perempuan terkait. Berdasarkan laporan kekerasan tersebut terdapat angka Kekerasan Dalam

Pacaran (KDP) yang cukup besar, sehingga informasi tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas dinilai sangat dibutuhkan bagi remaja di Indonesia.

Berdasarkan kasus Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) yang ada, pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas yang komprehensif menjadi penting untuk mengurangi jumlah pelaku dan korban yang rata-rata adalah usia remaja. Menurut Donovan (1998), pendidikan seksualitas memiliki tujuan utama untuk memberikan informasi kepada remaja untuk memberdayakan mereka dalam membangun nilai dan keterampilan berelasi sehingga dapat memampukan mereka dalam membuat keputusan yang bertanggung jawab untuk menjadi orang dewasa yang sehat secara seksual (Sari, 2018: 58). Dari berbagai jenis Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) yang ada, akun instagram @tabu.id memiliki tujuan untuk memberikan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja secara komprehensif, hal ini ditegaskan oleh Alvin Co-Founder @tabu.id.

“Karena kita melihat banyak teman-teman yang mengalami Kekerasan Dalam Pacaran, kalau kekerasan secara fisik kan terlihat cukup jelas, bahwa itu adalah kekerasan. Namun Kekerasan Dalam Pacaran merupakan jenis kekerasan yang banyak orang tidak sadar bahwa hal tersebut merupakan kekerasan, misalnya kekerasan ekonomi atau pembatasan relasi dengan orang lain”

Pada level pengalaman (*experiential stories*), konten akun instagram @tabu.id tentang Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) merupakan representasi dari realitas yang terjadi pada remaja Indonesia. Konten yang terdapat dalam akun instagram @tabu.id berisi suatu hal yang terjadi di dunia nyata dan viral di akun media sosial lain. Konten akun instagram @tabu.id juga merupakan representasi dari kehidupan nyata kehidupan remaja, seperti Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) yang dituangkan dalam bentuk konten di media sosial. Oleh karena itu, akun instagram @tabu.id membuat konten tentang Kekerasan Dalam Pacaran (KDP), bertujuan agar remaja lebih sadar untuk menciptakan relasi sehat, di mana terdapat hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam relasi tersebut, termasuk batasan-batasan yang harus dihormati antar pasangan. Pada penelitian ini akun instagram @tabu.id menjadi objek yang memiliki perspektif mengenai media

sosial instagram dengan menggambarkan dan menyesuaikan ideologi atau nilai yang diberikan sesuai dengan topik atau isu yang sedang berlangsung pada remaja dengan menggunakan simbol-simbol yang diilustrasikan dan disebarluaskan melalui pesan pada konten akun instagram @tabu.id.

Gambar 4.17 Contoh Konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP)



Sumber: akun instagram @tabu.id

Konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) pada konten gambar di atas menyajikan ilustrasi tentang contoh pacaran yang tidak sehat, dan beberapa teks pada gambar tersebut bertuliskan “Sehat atau Enggak? Apakah kalimat di bawah ini merupakan pertanda hubungan yang sehat atau enggak?”, konten tersebut juga dilengkapi dengan kolom percakapan yang di dalamnya terdapat teks “Pokoknya kamu nggak boleh ketemu lagi sama temen-temenmu itu, ini untuk kebaikan kamu sendiri”. Pada konten kekerasan dalam pacaran (KDP) tersebut peneliti menemukan bahwa dalam pembuatan konten akun instagram @tabu.id menjadi salah satu media sosial yang berperan dalam menciptakan interaksi dengan remaja (*followers*). Interaksi yang dilakukan antar-individu tersebut berlangsung secara sadar, dan individu memperoleh konsep diri (*self*) dalam interaksinya secara bertahap sebagai bagian dari proses yang sama dengan proses pemunculan

pikiran. Konsep diri tersebut merupakan susunan kesadaran individu mengenai keterlibatan khusus dalam seperangkat hubungan sosial yang sedang berlangsung dalam pemaknaan simbolik yang berkaitan dengan konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) (Wirawan, 2012: 126-127). Melalui realitas sosial di mana serangkaian peristiwa terjadi pada beberapa individu dalam masyarakat dan mengundang beberapa komentar dari *followers* sebagai respon. Secara simbolik hal tersebut dapat dilihat pada beberapa komentar pada konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) tersebut.

Gambar 4.18 Respon *Followers* Pada Konten Kekerasan dalam Pacaran (KDP)



Sumber: akun instagram @tabu.id

Terlihat pada komentar konten Kekerasan dalam pacaran (KDP) akun

instagram @tabu.id, *followers* memberikan beberapa komentar berupa pernyataan, pertanyaan, dan membagikan konten dengan menandai pengguna instagram lain. Pemaknaan simbolik pada konten tersebut dapat dilihat pada beberapa komentar dengan tanggapan baik terkait adanya konten tentang kekerasan dalam pacaran (KDP) yang diunggah oleh akun instagram @tabu.id. Hal tersebut juga didukung dengan data *engagement* berikut ini.

Gambar 4.19 Data Konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP)

Tanggal	Tema	Topik	Likes	Comments	Shared	Saved
20/3/20	<i>Relationship</i>	Ciri hubungan tidak sehat-control	1370	12	112	90

Sumber: Dokumen akun instagram @tabu.id

Data di atas menunjukkan sebanyak 1370 pengguna instagram atau *followers* memberikan *likes*, 12 memberikan komentar, dan 112 akun instagram membagikan kepada pengguna instagram atau *followers* lainnya, serta sebanyak 90 pengguna instagram atau *followers* menyimpan konten tersebut. Melalui data tersebut akun instagram @tabu.id mendapatkan gambaran diri mereka mengenai bagaimana tanggapan baik atau tanggapan buruk dari lingkungan media sosial instagram berupa *likes*, atau komentar baik-buruk dari pengguna lain untuk dapat menciptakan identitas di media sosial terkait ruang informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja.

Pada tahap ini peneliti melihat objek media (*media object*) melalui aktifitas dan interaksi antar pengguna media sosial pada akun instagram @tabu.id untuk mengetahui budaya yang dibangun dalam penyajian konten pada media sosial akun instagram @tabu.id. Hal ini dilihat pada pola interaksi pada akun instagram @tabu.id berupa tindakan *followers* pada aktifitas komunikasi dan informasi media sosial yaitu berupa komentar pada konten, *followers* dapat memberikan tanggapan pada konten atau tanggapan yang ditulis oleh pengguna instagram atau *followers* lain, untuk dapat berdiskusi melalui pendapat atau tanggapan dari *followers* yang bersifat terbuka bagi setiap pengguna atau *followers* untuk

membahas topik tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja sebagai media penyalur emosi baik untuk pribadi maupun untuk tujuan sosial.

Menurut observasi peneliti, akun instagram @tabu.id sudah baik dalam penyajian informasi guna memproduksi konten tentang Kekerasan Dalam Pacaran (KDP) pada setiap tindakan dan sikap yang dilakukan akun instagram @tabu.id dalam memanfaatkan akun media sosial instagram yang sedang populer di kalangan remaja. Di mana penggunaan akun instagram @tabu.id dibuat sebagai ruang informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas, kemudian *followers* akan mengenal konsep diri dari akun instagram tersebut melalui berbagai interaksi yang terjadi pada akun instagram. Hal ini tentunya akan membuat akun instagram @tabu.id membentuk konsep diri melalui dunia siber, sehingga akun instagram @tabu.id dapat mengetahui persepsi orang lain dalam melihat informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja salah satunya pada konten Kekerasan Dalam Pacaran (KDP). Pada penelitian ini akun instagram @tabu.id menjadi objek yang memiliki perspektif mengenai media sosial instagram dengan menggambarkan dan menyesuaikan ideologi atau nilai yang diberikan sesuai dengan topik sesuai dengan isu yang sedang berlangsung pada remaja dengan menggunakan simbol-simbol yang diilustrasikan dan disebarluaskan melalui pesan pada konten akun instagram @tabu.id.

3. Penyajian Informasi Penyakit Menular Seksual (PMS) Secara Tidak Tabu

Perilaku seksual adalah segala tingkah laku yang didorong oleh hasrat seksual baik dengan lawan jenis maupun dengan sesama jenis. Bentuk tingkah laku perilaku seksual bermacam-macam, mulai dari perasaan tertarik sampai tingkah laku berkencan, bercumbu, dan bersenggama (Sarwono, 2010) dalam (Nurhapipa dkk, 2017: 55). Menurut data SDKI KRR Tahun 2017 Remaja laki-laki pernah melakukan hubungan seksual lebih tinggi 8% dibandingkan remaja perempuan yaitu 2%. Gambaran mengenai angka seks bebas yang dilakukan oleh remaja diduga penyebabnya adalah karena kurangnya pengetahuan tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas, hal ini juga berkaitan dengan informasi mengenai seks yang benar dan sehat secara kurang terbuka di

masyarakat. Sehingga muncul kecenderungan anggapan tabu dan tidak bermoral apabila seks dibicarakan secara terbuka (Martin, 1992 Dalam Helmi, 2015: 26).

Salah satu resiko ketika remaja aktif seksual yaitu adanya Penyakit Menular Seksual (PMS), namun hal ini masih menjadi suatu yang tabu untuk dibicarakan oleh remaja. Seperti yang diungkapkan oleh Co-Founder akun instagram @tabu.id.

“Kita harus juga menghadapi kenyataan bahwa sudah cukup banyak remaja yang menjadi seksual aktif, kadang-kadang karena mereka nggak tau ada Penyakit Menular Seksual sama sekali nggak tau bahwa kalo mereka berhubungan seks secara nggak aman maka mereka bisa kena Penyakit Menular Seksual, tau-tau udah kena aja, dan baru menyesal. Jadi, dengan adanya konten informasi tentang informasi Penyakit Menular Seksual (PMS), kita mempunyai harapan untuk bisa membuat remaja lebih tau lagi bahwa ada loh Penyakit Menular Seksual yang ditularkan melalui hubungan seksual”

Penyakit Menular Seksual (PMS) adalah suatu gangguan atau penyakit yang ditularkan dari satu orang ke orang lain melalui kontak atau hubungan seksual. Awalnya, penyakit ini sering disebut “Penyakit Kelamin” atau *Veneral Disease*, tetapi sekarang ini sebutan yang paling tepat adalah Penyakit Menular Seksual (PMS) (Safarilla, 2010) dalam (Nurhapipa dkk, 2017: 60). Penyakit Menular Seksual (PMS) adalah infeksi yang disebabkan oleh bakteri, virus, parasit atau jamur, yang penularannya melalui hubungan seksual dari seseorang yang terinfeksi kepada mitra seksualnya. Penyakit Menular Seksual (PMS) merupakan salah satu dari sepuluh penyebab pertama penyakit yang tidak menyenangkan pada dewasa muda laki-laki dan penyebab kedua terbesar pada dewasa muda perempuan di negara berkembang (Sarwono, 2011) dalam (Rahmi, dkk, 2015: 107).

Kebutuhan remaja mengenai informasi yang benar tentang kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas sangat besar, karena remaja memasuki usia reproduksi yang pada hakekatnya remaja mengalami suatu masa kritis, sehingga apabila di masa kritis tersebut tidak mendapatkan informasi dan pengetahuan yang cukup tentang kesehatan reproduksi, maka dapat membuat remaja salah dalam

mengambil keputusan (Kusyogo dan Prapto, 2008) dalam (Triningtyas, 2015: 77-78). Sehingga hal tersebut mencakup hak semua orang untuk membuat keputusan mengenai reproduksi yang bebas dari diskriminasi, paksaan, dan kekerasan seperti dinyatakan dalam dokumen-dokumen hak asasi manusia. Untuk melaksanakan hak tersebut, mereka harus mempertimbangkan kebutuhan kehidupan anak-anak mereka sekarang dan pada masa mendatang, serta tanggung jawab mereka terhadap masyarakat (Lubis, 2012: 12). Hak reproduksi menurut Undang-Undang Mo. 36/2009 meliputi :

- 1). Menjalani kehidupan reproduksi dan kehidupan seksual yang sehat, aman, serta bebas dari paksaan dan/atau kekerasan dengan pasangan yang sah.
- 2). Menentukan kehidupan reproduksinya dan bebas dari diskriminasi, paksaan dan/atau kekerasan yang menghormati nilai-nilai luhur yang tidak merendahkan martabat manusia sesuai dengan norma agama.
- 3). Menentukan sendiri kapan dan berapa sering ingin bereproduksi sehat secara medis serta tidak bertentangan dengan norma agama.
- 4). Memperoleh informasi, edukasi, dan konseling mengenai kesehatan reproduksi yang bemanusia dan dapat dipertanggung jawabkan.

Berikut ini salah satu konten akun instagram @tabu.id dengan tema Penyakit Menular Seksual (PMS)

Gambar 4.20 Konten Penyakit Menular Seksual (PMS)



Sumber: akun instagram @tabu.id

Pada gambar konten mitos HIV di atas menyajikan visual ilustrasi orang sedang membersihkan diri, dan terdapat teks yang bertuliskan “HIV bisa dicegah dengan mencuci alat kelamin setelah berhubungan seksual” Konten akun instagram @tabu.id tersebut merupakan salah satu kategori konten yang membahas tentang Penyakit Menular Seksual (PMS) HIV di mana berisi tentang mitos yang kemudian di bahas secara ilmiah berdasarkan fakta dan data valid dari penelitian. Dari hasil observasi peneliti, konten tentang mitos HIV tersebut dapat memberikan jawaban pasti dan ilmiah tentang mitos yang selama ini tabu untuk dibicarakan di masyarakat, adanya ilustrasi pada gambar menjadikan konten tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi remaja, hal ini berdasarkan observasi peneliti pada data *performance* konten tersebut yang menyebutkan interaksi yang dilakukan memiliki angka *performance* yang tinggi, yaitu dengan *like* sebanyak 1343, *comments* 16, *share* 78, dan *save* 85. Konten Penyakit Menular Seksual (PMS) lainnya yaitu tentang istilah penyakit, gejala, mitos dan fakta, tips, serta data survei mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS). Oleh karena itu, dengan adanya konten mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS) diharapkan dapat meningkatkan pemahaman serta kesadaran mengenai bagaimana menghindari Penyakit Menular Seksual (PMS) dan perilaku seksual beresiko yang merupakan sebab akibat pada permasalahan tersebut bagi remaja.

Fakta menunjukkan bahwa sebagian besar remaja tidak mengetahui dampak dari perilaku seksual yang mereka lakukan. Sehingga hal tersebut akan berbahaya bagi perkembangan jiwa remaja apabila tidak mempunyai pengetahuan dan informasi yang tepat. Kontradiksi pemberian pendidikan seksual di Indonesia menjadikan pertentangan antara citra tabu dan seksualitas sebagai ilmu yang harus diketahui. Pendidikan seksual yang dimaksudkan adalah kegiatan pendidikan yang berusaha untuk memberikan pengetahuan agar remaja dapat mengubah perilaku seksualnya ke arah yang lebih bertanggung jawab (Faswita dan Suarni, 2018: 43). Hal ini sesuai dengan tujuan akun instagram @tabu.id yaitu memberikan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas berbasis media *online* untuk meningkatkan pemahaman mengenai perilaku seksual dan mematahkan

stigma yang buruk mengenai pendidikan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja.

Gambar 4.21 Data Konten *Performance* konten Penyakit Menular Seksual (PMS)

Tanggal	Topik	Likes	Co mm Ents	Sha red	Save d
02/01/2019	Faktor psikologis pengaruhi penyebaran PMS	554	3	34	0
02/02/2019	Faktor psikologis pengaruhi penyebaran PMS	496	7	24	7
02/03/2019	Faktor psikologis pengaruhi penyebaran PMS	410	2	19	29
03/01/2019	TABUxTanyaMarlo :Hari nol diskriminasi	466	1	16	5
03/02/2019	TABUxTanyaMarlo	354	2	23	5
03/03/2019	TABUxTanyaMarlo	371	2	12	6
11/02/2019	Mitos: HIV bisa dicegah dengan mencuci alat kelamin setelah berhubungan seksual	1343	16	78	85

Sumber: Dokumen akun instagram @tabu.id

Data di atas menunjukkan beberapa *performance* konten penyakit menular seksual (PMS) akun istagram @tabu.id, jumlah interaksi terbanyak dapat dilihat pada konten yang menyajikan tentang mitos dan fakta pada tanggal 2 November 2019, yaitu dengan *likes* sebanyak 1343, *comments* 16, *shared* 78, dan *saved* 85 pengguna instagram atau *followers*. Oleh karena itu, menurut peneliti konten penyakit menular seksual (PMS) dengan topik yang menyajikan tentang mitos dan fakta lebih disukai dan memiliki interaksi yang tinggi pada akun instagram @tabu.id. Pada konten informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja, *followers* dapat bertindak sebagai komunikator.

Layanan tindak lanjut pada informasi Penyakit Menular Seksual (PMS) dalam akun instagram @tabu.id tidak melayani konseling atau konsultasi dokter, karena akun instagram @tabu.id hanya berprinsip untuk memenuhi layanan

informasi berupa konten. Namun tidak sedikit juga *followers* menanyakan terkait permasalahannya melalui *direct message (DM)* pada akun instagram @tabu.id. Sebagaimana diungkapkan oleh Alvin

“Selama masalah tersebut bukan masalah yang bersifat klinis dan medis, dan tidak terlalu serius kita akan coba mendengarkan, karena kebanyakan remaja hanya butuh teman untuk curhat, teman untuk mengungkapkan perasaannya, terkadang nggak mudah bagi mereka untuk berdiskusi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas ke teman ataupun orang tua. Jadi kita hanya sebagai pendengar aja disitu, namun kalo kita menemukan masalah-masalah yang sifatnya klinis dan medis, kita selalu anjurkan untuk mencari pertolongan profesional”

Pada level pengalaman (*Experiential Stories*), perhatian dari pengunjung tertuju pada sejauh mana konten tersebut berpengaruh bagi penikmatnya. Akun instagram @tabu.id menjadi salah satu media informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja terbesar di media sosial instagram. Berdasarkan konten yang diunggah akun instagram @tabu.id terlihat bahwa akun tersebut sudah mendapatkan kepercayaan sebagai media yang digunakan oleh remaja dalam memperoleh informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja karena selalu merujuk pada sumber penelitian, jurnal, dan referensi terpercaya dari pendapat dokter dan ilmuwan. Oleh karena itu, pesan yang terkandung dalam konten konten akun instagram @tabu.id berupa informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dengan maksud untuk mengajak khalayak (*followers*) khususnya remaja mengetahui informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas berbasis media sosial untuk meningkatkan pemahaman mengenai bagaimana menghindari Penyakit Menular Seksual (PMS) dan bertanggung jawab penuh atas kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas dirinya sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Peneliti menyimpulkan pembahasan berdasarkan temuan data penelitian yang telah ditemukan dan dibahas oleh peneliti pada skripsi yang berjudul Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) Dan Seksualitas Remaja Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @tabu.id) sebagai berikut:

Informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dalam akun instagram @tabu.id disajikan untuk kategori generasi milenial yaitu kelompok usia 18-24 tahun, melihat beberapa ciri-ciri remaja seperti kreatif, informatif, dan selalu melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Untuk membangun representasi demi terciptanya identitas, akun instagram @tabu.id dilakukan dengan pemilihan visual grafis melalui pemilihan warna, konsep, dan gambar. Hal ini dilakukan melalui penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja menggunakan simbol sebagai suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai pada konten akun instagram @tabu.id.

Penyajian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja dilakukan secara lebih cepat, mendalam, ekspresif, dan menyenangkan melalui fitur yang disediakan oleh media sosial instagram berupa *emoticon*, *gif*, dan *sticker*. Konten berupa teks pada *caption*, dan visual gambar diunggah dengan konten bernuansa modern menggunakan gaya remaja yang kekinian. Akun instagram @tabu.id digunakan sebagai ruang informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial, sehingga *followers* dapat memperoleh informasi yang valid dengan sumber terpercaya, dan berdiskusi melalui kolom komentar atau *direct message* (DM) menggunakan gaya dan bahasa informal remaja menjadi sebuah bahasa cerita.

Remaja mampu memodifikasi perubahan, khususnya media sosial instagram sebagai hasil interaksi menjadi suatu hasil informasi, dan pola tindakan dapat saling berkaitan membentuk masyarakat *cyber* untuk membahas isu atau topik informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Aktifitas dan interaksi dalam media sosial dapat menunjukkan budaya yang dibangun dalam

penyajian konten pada akun instagram @tabu.id melalui pola interaksi berupa tindakan *followers* pada aktifitas komunikasi dan informasi media sosial pada akun instagram @tabu.id, *followers* dapat memberikan tanggapan pada konten atau tanggapan yang ditulis oleh pengguna instagram atau followers lain, untuk berdiskusi secara terbuka berupa komentar di media sosial.

B. KRITIK DAN SARAN

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait:

1. Kritik

a. Bagi remaja

Adanya remaja yang masih tidak bijak dalam menggunakan media sosial untuk mencari informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas tanpa melihat memastikan kebenaran dan sumber informasi yang valid.

b. Bagi masyarakat Indonesia

Masih banyak masyarakat Indonesia yang menganggap informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas sebagai hal yang tabu untuk dibicarakan, sehingga dapat menyebabkan stigma negatif di lingkungan masyarakat.

c. Bagi akun instagram @tabu.id

Tidak adanya layanan konseling tindak lanjut terkait informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja secara langsung oleh akun instagram @tabu.id.

2. Saran

a. Bagi remaja

Sebagai seorang remaja khususnya generasi milenial yang hidup dalam perkembangan digitalisasi media sosial untuk dapat bertanggung jawab dan bijak dalam mencari dan menyebarluaskan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan media sosial, karena hal tersebut menjadi salah satu langkah untuk menciptakan remaja sehat secara fisik dan sosial di Indonesia.

b. Bagi Masyarakat Indonesia

Sebagai masyarakat Indonesia yang dituntut untuk mengikuti arus digital yang semakin berkembang, diharapkan dapat membuka pikiran dan dapat menerima

perbedaan konsepsi serta nilai terkait kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas. Sehingga pembicaraan mengenai kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas secara tabu dapat dihilangkan di masyarakat untuk mengurangi stigma sosial yang ada.

c. Bagi akun instagram @tabu.id

Peneliti menyarankan agar akun instagram @tabu.id memiliki layanan konseling khusus sebagai tindak lanjut informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja di media sosial. Sehingga remaja yang mengalami keresahan setelah mendapatkan informasi pada akun instagram @tabu.id dapat ditindaklanjuti oleh akun instagram @tabu.id secara langsung.

d. Bagi Peneliti Masa Depan

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji penelitian di dunia virtual dengan tema yang berbeda, untuk dapat memperluas keilmuan berbasis teknologi digital. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Irwan, dkk. 2002. *Islam dan Konstruksi Seksualitas*. Yogyakarta: PSW IAIN, Ford Doundation, Pustaka Pelajar.
- Agustina, Rida, dkk. 2019. *Statistik Pemuda Indonesia 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Ahyani, Latifah Nur & Dwi Astuti. 2018. *Buku Ajar Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Kudus: Badan Penerbit Universitas Muria Kudus.
- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial; Interaksi, Identitas, Dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Briggs, Asa & Peter Burke. 2006. *Sejarah Sosial Media "Dari Gutenberg sampai Internet"*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Budiati, Indah, dkk. 2018. *Profil Generasi Milenial*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: teori, paradigma, dan diskursi teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti kualitatif*, Bandung : Pustaka Setia.
- Fikri, M. 2018. *Sejarah Media (transformasi, pemanfaatan, dan Tantangan)*. Malang: UB Press.
- Gunarsa, Singgih D. 2008. *Psikologi Praktis: Anak, Remaja, dan Keluarga*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Harnani, yessi, dkk. 2019. *Teori kesehatan reproduksi*. Yogyakarta: Deepublish
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hasim, Herwono. 2016. *"FLOW" DI ERA SOCMED: Efek Dahsyat Mengikat Makna*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Iswandi, Syahputra. 2019. *Buku Media Relations (Teori, Strategi, Praktik, dan Media Inteljen)*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. 2017. *Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kountur, Ronny. 2007. *Metode Penelitian untuk penulisan Skripsi dan Tesis (Edisi Revisi)*, Jakarta: PPM.
- Lestari, Immawati Fitri. 2019. *Kreatif Di Sosmed Ala Milenial*. Yogyakarta: Cemerlang
- Levy, Pierre. 2001. *Cyberculture, Electronik Mediations, V. 4*. London: University of Minnesota Press
- Lubis, Namora Lumongga. 2013. *Psikologi Kespro: Wanita & Perkembangan Reproduksinya*. Jakarta: Prenamedia Group
- Marmi. 2013. *Kesehatan Reproduksi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Maulana, Amalia E. 2009. *Consumer Insights Via Ethnography: Mengungkap yang Tidak Pernah Terungkap*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mead, G, H. 2018. *Mind, Self and Society -Pikiran, Diri, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Forum
- Metha, Aline. 2014. *The True power Of Color: Bagaimana Mneggunakan Warna untuk Memperkaya Bisnis dan Kehidupan Anda*. Yogyakarta: OCTOPUS Publishing House
- Moleong, Lexy, J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi antarbudaya: Di Era Budaya Siberia*. .
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Cyber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pavanel, Jane. 2003. *The Sex Book: Kamus Seks Remaja*. Jakarta: PT

Gramedia Pustaka Utama.

- Riswandi, Budi agus. 2003. *Hukum dan internet di Indonesia*. Yogyakarta: UII press.
- Rosyid, Moh. 2007. *Pendidikan Seks mengubah seks abnormal menuju seks yang lebih bermoral*. Semarang: Syiar Media Publishing.
- Sarwono, Sarlito W. 2011. *Psikologi Remaja (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Sarlito W. 2014. *Psikologi lintas budaya*. Jakarta: Rajawali pers.
- Sinaga, Ernawati, dkk. 2017. *Manajemen Kesehatan Menstruasi*. Jakarta: Universitas Nasional.
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugihartati, Rahma. 2017. *Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda: Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sumardjono, Padmomartono. 2014. *Konseling Remaja*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Sutoyo, Anwar. 2007. *Bimbingan dan Konseling Islami (teori dan praktik)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widjajanto, Nugroho. 2013. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Wirawan, I, B. 2012. *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Jurnal

- Afritayeni, dkk, “Analisis Perilaku Seksual Berisiko Pada Remaja Terinfeksi HIV dan AIDS” *Jurnal Endurance*, Vol. 3, No. 1, 2018.
- Ainiyah, Nur, “Remaja Millennial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial”, *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, Vol. 2, No 2, 2018.
- Angga, La Ode, “Hak Reproduksi Perempuan dalam Perspektif Syariah Islam” *Jurnal MUWAZAH*, Vol. 3, No. 2, Desember 2011
- Bakry, Umar Suryadi, “Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi dalam Penelitian Hubungan Internasional” *Jurnal Global Strategis*,

Vol. 11, No. 1, 2017.

- Daeng, Intan Trivena Maria, dkk, “Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan” E-journal Acta Diurna, Vol. 6, No. 1, 2017.
- Dewi, Ratna, “Konsep Kesehatan Reproduksi Perempuan dalam al-Qur’an” Jurnal *Mawa’izh*, Vol. 10, No. 2, 2019.
- Elizabeth, Misbah Zulfa, “Perlawanan Visual Perempuan dalam Poster” Jurnal Sosiologi Walisongo, Vol. 1, No. 2, 2017.
- Faswita, Wirda, Dan Suarni, Leny, “Hubungan Pendidikan Seks Dengan Perilaku Seksual Pada Remaja Putri Di Sma Negeri 4 Binjai Tahun 2017” *Jurnal Jumantik*, Vol. 3 No. 2, 2018.
- Febyantari, Raydista, “Instagram Story Sebagai Bentuk *Self Disclosure* Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember”, Jurnal *MEDIAKOM*, Vol. 02 No. 02, 2019.
- Helmi, Avin Fadilla, Dan Paramastri, Ira, “Efektivitas Pendidikan Seksual Dini Dalam Meningkatkan Pengetahuan Perilaku Seksual Sehat” Jurnal Psikologi, Vol. 25, No. 2, 2015.
- Herlina, Novi, “Efektivitas Komunikasi akun instagram @sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat” Jurnal JOM FISIP, Vol. 4, No. 2, 2017.
- Kertamukti, Rama, dkk,” Konstruksi Identitas melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah” Jurnal ASPIKOM, Vol. 4, No. 1, 2019.
- Mahendra, Bimo, “Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)”, Jurnal Visi Komunikasi, Vol. 16, No.01, 2017.
- Monanda, Rizka, “Pengaruh Media Sosial instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja”, Jurnal JOM FISIP, Vol. 4 No. 2, 2017.
- Nurhapipa, dkk, “Faktor -Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku

- Seksual”, *Jurnal Of Midwifery Science*, Vol 1. No.2, 2017.
- Pakasi, Diana Teresa, dan Kartikawati, Reni, “Antara Kebutuhan dan Tabu: Pendidikan Seksualitas dan Kesehatan Reproduksi bagi Remaja di SMA”, *Jurnal Makara Seri Kesehatan*, Vol. 17, No. 2, 2013.
- Permassanty, Tanty Dewi, dan Muntiani, “Strategi Komunikasi Komunitas Virtual Dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial”, *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 21 No. 2, 2018.
- Putri, Dhita Widya & Maulida De Mormes, “Analisis Strategi Perencanaan Pesan pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed” *Jurnal The Messenger*, Vol. 9, No.1, 2017.
- Rahim, Muhammad, dkk, “Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia Di Smk Negeri 1 Samarinda)” dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 3, 2018.
- Rahmi, Upik, dkk, “Pengetahuan Siswa Kelas Xi Tentang Penyakit Menular Seksual”, *Jurnal Pendidikan Keperawatan Indonesia*, Vol.1 No. 2, 2015.
- Ratna, Zakiyah, dkk, “Tabu, Hambatan Budaya Pendidikan Seksualitas Dini pada Anak Di Kota Dumai” *Jurnal Berita Kedokteran Masyarakat*, Vol. 32, No. 9, 2016.
- Rinta, L, “Pendidikan Seksual Dalam Membentuk Perilaku Seksual Positif Pada Remaja dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Psikologi Remaja” *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 21, No. 3, 2015.
- Rizal, Veby Zilfania, “Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek”, *Jurnal Komunikasi*, Vol 4, No 1, 2019.
- Rohayati, “Proses Komunikasi Masyarakat Cyber Dalam Perspektif Interaksi Simbolik” *Jurnal RISALAH*, Vol, 28, No.1, 2017.
- Santoso, Amanda P, dkk, “Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita” *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 6, No. 1, 2017).
- Sari, Dian Kurnia, “Kekerasan Dalam Pacaran Pada Ruang Akademik Studi

- Kasus Iain Tulungagung”, *Jurnal Martabat: Jurnal Perempuan dan Anak*, Vol. 02, No. 01, 2018.
- Sari, Intan Permata, “Kekerasan dalam Hubungan Pacaran di Kalangan Mahasiswa: Studi Refleksi Pengalaman Perempuan” *Jurnal Dimensia*, Vol. 7 No. 1, 2018.
- Sari, Levi Tina, “Perbedaan Penggunaan Facebook dan Instagram terhadap Perilaku Seks Bebas Remaja Usia 15-17 Tahun” *Jurnal Ners dan Kebidanan*, Vol. 6, No. 1, 2019.
- Satyadewi, Ajeng Jayanti, dkk, “Pemilihan Akun Media Sosial Instagram Oleh Holiday Inn Bandung”, *Jurnal THE MESSENGER*, Vol. 9, No. 2, 2017.
- Setiawan, Rudy, “Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 2, 2013.
- Sosiawan, Edwi Arief dan Wibowo, Rudi, “Model dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram dan Pembentukan Budaya Visual”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 16 No.2, 2018.
- Sumargono, “Sejarah Perkembangan Internet Dan Kebutuhan Informasi Dalam Dunia Pendidikan”, *Jurnal TEKNOLOGI*, Vol. 1, No 1, 2011.
- Surijah, Edwin Adrianta, “Membedah Instagram: Analisis Isi media Sosial Pariwisata Bali”, *Jurnal Intuisi*, Vol. 9 No. 1, 2017.
- Waliko, “Islam, Hak Dan Kesehatan Reproduksi” *Jurnal Komunika*, Vol.7 No.2, 2013.

Skripsi

- Enny, Nurcahyani. 2017. *“Pengaruh Fitur Instagram Stories Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung Angkatan 2015 Dan 2016)”* oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

- Nafiana, Ilma. 2018. “*Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Manjadda.Wajada Sebagai Media Dakwah*” oleh Program Studi komunikasi dan penyiaran islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Putri, Mayangsari Dwinta. 2016. “Pengaruh *Posting Sigerfoodies* di Instagram Terhadap Minat *Followers* Dalam Berwisata Kuliner” oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Putri, Reza Riana. 2012. “Kekerasan Dalam Berpacaran” oleh Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Triningtyas P, Nur. 2015. “Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Infeksi Menular Seksual Di Sma Al Asiyah Cibinong Bogor” oleh Prodi Ilmu Keperawatan, Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan, Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.

Internet

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/18/berapa-jumlah-penduduk-kota-semarang>
<https://semarangkota.bps.go.id/publication/2020/04/27/df262dfe6a90cea7e591dc61/kota-semarang-dalam-angka-2020.html>
- Admin, 2018, “*Pendidikan Seksualitas Komprehensif*” dalam <https://rutgers.id/fokus-kami/pendidikan-seksualitas-komprehensif/> diakses pada 20 Januari 2020 pukul 19.45 WIB.
- Admin, 2020, “*Update Terbaru : Social Media Instagram Meluncurkan Instagram Storie*”, dalam <https://elitemarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-stories/>, diakses pada 15 Februari 2020 pukul 19.30 WIB.
- Anonim, 2018, “Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia”, dalam <https://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia/#>, diakses pada 26 Agustus 2019 pukul 20.56 WIB.
- Arma, Abdul Jalil Amri, 2007, “*Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap*

Perilaku Seks Remaja Dan Pengetahuan Kespro Sebagai Alternatif Penangkalnya”, dalam [http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/19320/ikm-des2007-11%20\(1\).pdf?sequence=1](http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/19320/ikm-des2007-11%20(1).pdf?sequence=1) diakses pada 20 Juli 2020 pukul 20.45 WIB

Farhanah & Raka Ibrahim, 2015, “*Remaja, Seksualitas, dan Teknologi Informasi*”, dalam https://www.researchgate.net/publication/308077434_Remaja_Seksualitas_dan_Teknologi_Informasi diakses pada 10 November 2019 WIB.

<https://andi.link/download/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>, diakses pada 10 Februari 2020 pukul 12.35 WIB.

<https://business.instagram.com/a/stories>, diakses pada 10 Juli 2020 pukul 07.40 WIB

<https://kbbi.web.id/pola>, diakses pada 18 Juli 2020 pukul 11.07 WIB

https://www.facebookblueprint.com/uploads/resource_courses/targets/393327/original/index.html?_courseId=190262#/page/5c645b3f1f7b0f53b31f1e3a, diakses pada 12 Juli 2020 pukul 07.24 WIB

https://www.facebookblueprint.com/uploads/resource_courses/targets/393329/original/index.html?_courseId=190263#/page/5c7db5b3a9cdcc2624ac4e4d, diakses pada 12 Juli 2020 pukul 09.12 WIB

<https://www.instagram.com/p/B3OLyEnHuNB/>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 13.22 WIB

<https://www.instagram.com/p/B3T34RhnjXC/>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 22.03 WIB

<https://www.instagram.com/p/B3UZ0z-nyag/>, diakses pada 23 Januari 2020 pukul 08.50 WIB

<https://www.instagram.com/p/B4-O2mUn131/?igshid=1nl9j0jqt07ot>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 22.20 WIB

<https://www.instagram.com/p/B5itsqdn97p/>, diakses pada 21 Januari 2020 pukul 10.45 WIB

<https://www.instagram.com/p/B6dKcwUnLPz/?igshid=je3ufp7ph9qg>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 21.20 WIB

<https://www.instagram.com/p/B99SAPZHhvZ/?igshid=1n0qut8scbi7h>, diakses pada 18 Juli 2020 pukul 10.45 WIB

<https://www.instagram.com/p/B99SAPZHhvZ/?igshid=1n0qut8scbi7h>, diakses pada 26 Juni 2020 pukul 17.45 WIB

<https://www.instagram.com/p/Bs5gcVeFmoS/?igshid=u8kpyq30tbwi>, diakses pada 18 Juli 2020 pukul 11.34 WIB

<https://www.instagram.com/p/BsISH83FMWT/?igshid=7v681iuqcsu0>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 20.45 WIB

<https://www.instagram.com/p/Bw9gM11y4/?igshid=1guvxv0qcy1mx>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 22.15 WIB

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17969041882071757/>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 22.47 WIB

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17969041882071757/?hl=id>, diakses pada 12 Maret 2020 pukul 20.45 WIB.

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18098149129135630/>, diakses pada 25 Januari 2020 pukul 12.30 WIB

<https://www.instagram.com/tabu.id/?hl=id>, diakses pada 14 Juni 2020 pukul 08.23 WIB

<https://www.instagram.com/tabu.id/?hl=id>, diakses pada 15 Januari 2020 pukul 13.15 WIB

<https://www.instagram.com/tabu.id/?hl=id>, diakses pada 19 Januari 2020 pukul 12.16 WIB

Indrijati, Herdina, 2017, “*Penggunaan Internet dan Perilaku Seksual Pranikah Remaja*”, dalam <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ippi/article/view/2178> diakses pada 12 September 2019 Pukul 21.20 WIB.

Kemendes RI. 2019, “*Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2018*” dalam <https://www.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/profil-kesehatan-indonesia-2018.pdf> diakses pada 17 Juli 2020.

Lembar Fakta dan Poin Kunci Catatan Tahunan Komnas Perempuan Tahun 2019 dalam https://drive.google.com/file/d/1FVrkf5_

[GUjmGhkw46SuqkvpKJ7 24UPIm /view](#), diakses pada 15 Mei 2020 pukul 20.30 WIB

Nugroho, Yudhis Adi, 2019 “6 Cara Memaksimalkan Profile Bio Instagram Agar Keren dan Menarik Follower”, dalam <https://blog.virol.co/cara-memaksimalkan-profile-bio-instagram/> diakses pada 10 Maret 2020 pukul 12.50 WIB.

Oktavia, Francisca Vina, 2017, “Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Seksual Remaja”, dalam <http://repository.unika.ac.id/16247/> diakses pada 20 September 2019 pukul 13.15 WIB.

Prasasti, Giovanni Dio, 2019, “Riset 33 Persen Remaja Indonesia Lakukan Hubungan Seks Penetrasi Sebelum Nikah”, dalam <https://www.liputan6.com/health/read/4016841/> diakses pada 20 September 2019 pukul 20.20 WIB. pukul 00.16 WIB.

Rawung, Lidya Ivana, 2017, “Kolektivitas Virtual Fandom: Kajian Netnografi pada Fandom ‘Sone’ di Media Sosial Instagram” dalam http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=Penelitian_Detail&act=view&typ=html&buku_id=128801&obyek_id=4 diakses pada 23 Oktober 2019 pukul 01.11 WIB.

Riska Carolina, 2017, “RKUHP Hambat Edukasi Kesehatan Seksual Dan Reproduksi” dalam <https://pkbi.or.id/rkuhp-hambat-edukasi-kesehatan-seksual-dan-reproduksi/> diakses pada 24 Januari 2020 pukul 20.14 WIB.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2018, “International Technical Guidance On Sexuality Education” dalam https://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/ITGSE_en.pdf diakses pada 20 Juli 2020 pukul 14.45 WIB.

Sakti, Bulan Cahya & Much Yulianto, 2017, “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja”, dalam

https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/view/21950/2_0197 diakses pada 17 Desember pukul 13.33 WIB.

SDKI, 2017, “*Survei demografi dan kesehatan Indonesia*” dalam <http://sdki.bkkbn.go.id/files/buku/2017idhs.pdf> diakses pada 30 Desember 2019 pukul 20.36 WIB.

Ulfa, Ghina Shabrina, 2017, “*Efektivitas Instagram Earth Hour Bogor Sebagai Media Kampanye Lingkungan*”, dalam <https://jai.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/viewFile/25129/16330> diakses pada 12 November 2019

Wacana Remaja, 2015 “*4 Teori Pendekatan Efektif Pendidikan HKSR Terhadap Kaum Muda*”, dalam <https://pkbi-diy.info/> diakses pada 10 September 2019 pukul 20.45 WIB.

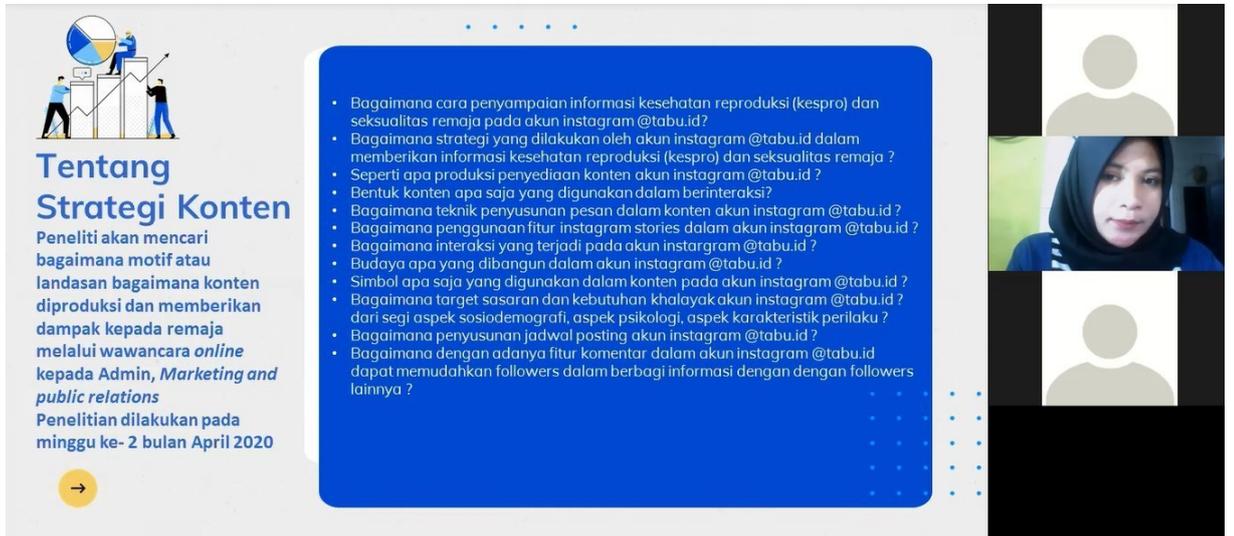
Wilopo, Siswanto A. 2019 “*Explore4action: Norma Gender dan Perkembangan, Kesehatan, serta Kesejahteraan Remaja di Indonesia*” dalam https://rutgers.id/wp-content/uploads/2019/10/Explore4Action-National-Report_compressed.pdf diakses pada 25 Juli 2020 pukul 13.45 WIB.

LAMPIRAN-LAMPIRAN
Lampiran 1 Panduan Pertanyaan

Level	Pertanyaan	Teknik pengumplan data
Ruang media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara <i>followers</i> mengunjungi akun instagram @tabu.id ? 2. Bagaimana pola interaksi yang dilakukan di media sosial instagram ? 3. Bagaimana perangkat dapat digunakan untuk mengakses akun instagram @tabu.id ? 	<p>Observasi Partisipatif</p>
Dokumen media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana penulisan caption yang diproduksi oleh akun instagram @tabu.id ? 2. Apakah dalam penulisan caption akun instagram @tabu.id menggunakan bahasa populer ? 3. Bagaimana nilai yang terkandung dalam konten ? <ol style="list-style-type: none"> 1) Perubahan Pada Masa Pubertas Remaja 2) Mengapa remaja penting untuk mengetahui konten pubertas remaja pada akun instagram @tabu.id ? 3) Bagaimana akun instagram @tabu.id menyajikan konten kekerasan dalam pacaran (KDP) ? 4) Apakah konten kekerasan dalam pacaran (KDP) pada akun instagram sesuai dengan remaja masa kini ? 5) Bagaimana sasaran gender pada konten kekerasan dalam pacaran (KDP) ? 	<p>Observasi Dokumentasi</p>

	<p>6) Penyakit Menular Seksual (PMS)</p> <p>7) Mengapa akun instagram @tabu.id menyajikan konten Penyakit menular seksual (PMS) ?</p> <p>4. Siapa saja yang berkontribusi dalam penulisan caption dalam akun instagram @tabu.id ?</p> <p>5. Bagaimana perkembangan caption yang diproduksi ?</p> <p>6.Simbol apa saja yang digunakan dalam konten pada akun instagram @tabu.id ?</p>	
Objek media	<p>1. Bagaimana interaksi yang terjadi pada akun instargram @tabu.id ?</p> <p>2. Bentuk konten apa saja yang digunakan dalam berinteraksi?</p> <p>3. Budaya apa yang dibangun dalam akun instagram @tabu.id ?</p>	Observasi Wawancara
Pengalaman	<p>1. Bagaimana permasalahan yang menjadi latar belakang caption dalam akun instagram @tabu.id ?</p> <p>2. Bagaimana <i>feedback</i> yang didapatkan <i>followers</i> dalam akun instagram @tabu.id ?</p> <p>3. Bagaimana strategi yang dilakukan ole akun instagram @tabu.id untuk memengaruhi <i>followers</i> ?</p> <p>4. Bagaimana citra yang dibangun akun instagram @tabu.id melalui budayanya?</p>	Observasi Wawancara

Lampiran 2 Foto Wawancara Melalui Aplikasi Zoom



The screenshot shows a Zoom meeting interface. On the left, there is a slide titled "Tentang Strategi Konten" (About Content Strategy). The slide text reads: "Peneliti akan mencari bagaimana motif atau landasan bagaimana konten diproduksi dan memberikan dampak kepada remaja melalui wawancara online kepada Admin, Marketing and public relations. Penelitian dilakukan pada minggu ke-2 bulan April 2020". Below the text is a yellow arrow icon. In the center, a blue box contains a list of research questions in Indonesian. On the right, there are three video thumbnails: the top one is a grey placeholder, the middle one shows a woman wearing a blue hijab, and the bottom one is a grey placeholder.

Tentang Strategi Konten
Peneliti akan mencari bagaimana motif atau landasan bagaimana konten diproduksi dan memberikan dampak kepada remaja melalui wawancara online kepada Admin, Marketing and public relations
Penelitian dilakukan pada minggu ke-2 bulan April 2020

- Bagaimana cara penyampaian informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja pada akun instagram @tabu.id?
- Bagaimana strategi yang dilakukan oleh akun instagram @tabu.id dalam memberikan informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja ?
- Seperti apa produksi penyediaan konten akun instagram @tabu.id ?
- Bentuk konten apa saja yang digunakan dalam berinteraksi?
- Bagaimana teknik penyusunan pesan dalam konten akun instagram @tabu.id ?
- Bagaimana penggunaan fitur instagram stories dalam akun instagram @tabu.id ?
- Bagaimana interaksi yang terjadi pada akun instagram @tabu.id ?
- Budaya apa yang dibangun dalam akun instagram @tabu.id ?
- Simbol apa saja yang digunakan dalam konten pada akun instagram @tabu.id ?
- Bagaimana target sasaran dan kebutuhan khalayak akun instagram @tabu.id ? dari segi aspek sosiodemografi, aspek psikologi, aspek karakteristik perilaku ?
- Bagaimana penyusunan jadwal posting akun instagram @tabu.id ?
- Bagaimana dengan adanya fitur komentar dalam akun instagram @tabu.id dapat memudahkan followers dalam berbagi informasi dengan dengan followers lainnya ?

Lampiran 3 Visi dan Misi akun instagram @tabu.id

Brief Introduction of TABU

Founded in : October 2017, Instagram Active on 26/02/2018

Vision: To achieve a society whose citizens are open and educated regarding sexual and reproductive health.

Mission:

- To break the stigma regarding SRH among Indonesian youth through media advocacy.
- To raise awareness regarding the importance of SRH among Indonesian youth through media advocacy.
- To increase the sexual and reproductive health literacy of Indonesian youth through media education.



Lampiran 4 Surat Permohonan Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Raya Prof. DR. HAMKA Kampus III Ngaliyan Telp./Fax. 024-7606405 Semarang 50185
Email : ftsipuinwalisongo@gmail.com

Nomor : B-25/Un.10.6/K/PP.00.9/01/2020
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Semarang, 8 Januari 2020

Kepada Yth.
Kepala Founder @tabu.id
di Banten

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan bahwa untuk mendapatkan pengayaan informasi pengalaman lapangan, mahasiswa disyaratkan melaksanakan tugas penelitian. Sehubungan dengan itu, kami mohon ijin bagi mahasiswa berikut untuk melakukan penelitian tentang "Informasi Kesehatan Reproduksi & Seksualitas Remaja di Media Sosial"..

No.	Nama	NIM	Jurusan
1	Nia Auliani	1506026008	Sosiologi

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :
Yth. Dekan FISIP UIN Walisongo (sebagai laporan)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama : Nia Auliani
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 21 Agustus 1997
Nama Ayah : Abdul Aziz
Nama Ibu : Siti Zahro
Alamat : Jl. Ketilang RT 11/Rw 02, Ds.
Tembok Kidul Kec. Adiwerna, Kab.
Tegal, Jawa Tengah
No. Hp : 085229796458
Alamat E-mail : niaauliani44@gmail.com

B. Latar Belakang Pendidikan Riwayat Pendidikan

1. MI Miftakhul Athfal Tembok Kidul : 2009 (Lulus)
2. MTs. Negeri Slawi : 2012 (Lulus)
3. MAN 1 Tegal : 2015 (Lulus)
4. UIN Walisongo Semarang (S1) : 2020 (Lulus)

C. Pengalaman Organisasi

1. DEMA FISIP UIN Walisongo Semarang 2016-2017
2. LPM Reference Fisip UIN Walisongo Semarang 2017-2018

Semarang, 27 Juni 2020

Hormat saya,

Nia Auliani
(1506026008)