

UPAYA KOMUNIKASI KESEHATAN REPRODUKSI PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @YASSINBINTANG

ABSTRAK

Kesehatan reproduksi merupakan suatu keadaan yang sehat secara sistem reproduksi, fungsi dan prosesnya. Munculnya informasi yang tidak valid dan berbagai hoaks atau mitos mengenai isu Kesehatan reproduksi menjadi suatu permasalahan yang bisa dipecahkan dengan pendekatan komunikasi kesehatan. Tujuan penelitian yaitu untuk mengkaji dan mengetahui tanggapan dari *followers* mengenai komunikasi kesehatan reproduksi yang dilakukan oleh dr. Yassin Bintang di media sosial instagram. Teori penelitian dilakukan dengan menggunakan 7 indikator analisa pada kriteria dalam menyampaikan pesan efektif yaitu: *command attention, clarify the message, communicate a benefit, consistency count, cater to the heart and the head, create trust, call to action*. Metode penelitian yang digunakan berupa kualitatif deskriptif. Data di dapat dari hasil wawancara dengan pengguna media sosial yang aktif menyimak dan mengikuti akun instagram @yassinbintang terkhusus pengikut dari kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun media social Instagram @yassinbintang telah memenuhi tujuh syarat dari komunikasi Kesehatan, yakni: 1) Pesan jelas, singkat disertai data dan fakta, 2) Pesan efektif dengan adanya jurnal ilmiah, 3) Pesan yang bermanfaat, 4) Konsisten serta unggahan pesan yang terjadwal, 5) Pesan yang dapat menciptakan emosional, 6) Kebenaran pesan yang dapat menciptakan kepercayaan, 7) Ajakan untuk stop percaya mitos dan *positive thinking*.

Kata kunci: Komunikasi Kesehatan, Reproduksi, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Reproductive health is a healthy state of the reproductive system, its functions and processes. The emergence of invalid information and various hoaxes or myths regarding reproductive health issues is a problem that can be solved with a health communication approach. The purpose of the study was to examine and find out the responses from followers regarding reproductive health communication conducted by dr. Yassin Bintang on Instagram social media. The theory of the research was carried out using 7 analytical indicators on the criteria in conveying an effective message, namely: command attention, clarify the message, communicate a benefit, consistency count, cater to the heart and the head, create trust, call to action. The research method used is descriptive qualitative. The data is obtained from interviews with social media users who actively listen to and follow the @yassinstar Instagram account, especially followers from the city of Pekanbaru. The results showed that the Instagram @yassinstar social media account had fulfilled the seven requirements of Health communication, namely: 1) Clear, concise messages accompanied by data and facts, 2) Effective messages with scientific journals, 3) Useful messages, 4) Consistent and scheduled message uploads, 5) Messages that can create emotional, 6) Truth messages that can create trust, 7) Invitation to stop believing myths and positive thinking.

Keywords: Health Communication, Reproduction, Social Media, Instagram

Pendahuluan

Kesehatan reproduksi menurut WHO adalah suatu keadaan fisik, mental dan sosial yang utuh, bukan hanya bebas dari penyakit atau kecacatan dalam segala aspek yang berhubungan dengan sistem reproduksi, fungsi serta prosesnya. (Mandang, et al., 2014, p. 1) Dari data dan informasi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) tahun 2018 terhitung bahwa data kesuburan wanita di seluruh Indonesia yang belum bisa memiliki keturunan di

tahun 2017 yaitu sejumlah 47.043.833 jiwa. Sedangkan, hasil data dan informasi rekapitulasi deteksi dini kanker serviks di Indonesia dengan sasaran perempuan usia 30-50 tahun dihitung dengan jumlah 3.040.116 jiwa. (pusdatin.kemendes.go.id, 2018) Pendekatan komunikasi antara pasien dan dokter diperlukan untuk mengurangi masalah pada kesehatan reproduksi yang terjadi dikalangan masyarakat. Komunikasi juga penting adanya dalam hal kesehatan. Komunikasi kesehatan adalah mengarahkan, menguatkan, dan mempengaruhi individu dan komunitas. Tujuan komunikasi kesehatan adalah kualitas pengetahuan individu, karena komunikasi kesehatan dengan berbagi informasi yang berkaitan dengan kesehatan. (Saptaning & Handaka, 2017)

Seperti yang sudah diketahui bahwa komunikasi kesehatan membahas dalam cakupan pemanfaatan jasa komunikasi untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan upaya peningkatan dan pengelolaan oleh individu maupun komunitas masyarakat. (Rahmadiana, 2012) Berbicara mengenai komunikasi kesehatan tidak cukup hanya dengan komunikasi semata, namun juga perlunya sebuah informasi yang dapat diambil. agar komunikasi dan informasi mampu diterima oleh banyak orang, maka perlu adanya sebuah perantara salah satunya yaitu media sosial. Pada penggunaan media sosial telah terdapat berbagai aplikasi di dalamnya yang sudah banyak digunakan oleh pengguna lainnya.

Dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 bahwa jumlah penetrasi pengguna internet sudah mencapai 73,7% dengan jumlah 196.71 juta jiwa pengguna internet dari total 266.91 juta jiwa penduduk Indonesia. Terhitung bahwa pengguna aktif media sosial terkhusus pada beberapa aplikasi yang digunakan sebagai alat informasi seperti YouTube mencapai jumlah 61.10%, Facebook 65.8%, Instagram 42.3%, dan Twitter 10.0%. (APJII, 2020) Terjadinya suatu komunikasi yang menghasilkan sebuah feedback yaitu karena adanya media yang membantu berjalannya sebuah proses dalam komunikasi, dimana media merupakan suatu bentuk komunikasi melalui perantara dalam penyampaian pesan dari pengirim ke penerima (Arsyad, 2013). Adanya media sosial adalah guna untuk menginformasikan dan mengkomunikasikan isi-isi pesan yang terdapat di dalam media kepada pengguna media sosial. Selain media sosial digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi, media sosial juga dapat dijadikan sebagai media digital influencer yang digunakan sebagai bentuk promosi guna mempengaruhi, merubah opini, perilaku secara online, umumnya pada *social networking*. (Mustaqim & Gussman, 2020)

Selain media sosial banyak digunakan oleh masyarakat umumnya, banyak juga dari para tokoh yang memanfaatkan media sosial sebagai media informasi dan edukasi guna untuk memberikan informasi kepada khalayak mengenai pembahasan yang di komunikasikan sesuai dengan bidangnya. Banyak sebutan orang yang menggunakan media sosial saat ini seperti *digital influencer*, *youtuber*, selebgram. Hal ini menjadi daya tarik bagi banyak orang untuk menggunakan media sosial, karena media sosial saat ini sudah memiliki banyak fitur di dalamnya. Salah satunya dr. Yassin Yanuar Mohammad Bintang, Sp. OG-KFER, Msc atau yang akrab disapa dr. Yassin Bintang merupakan salah satu dokter yang berperan aktif dalam menggunakan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi kesehatan yang fokus dalam pembahasan komunikasi reproduksi. Selain dr. Yassin Bintang berperan sebagai dokter

kebidanan kandungan di salah satu Rumah Sakit Pondok Indah, Jakarta. Beliau juga merupakan pengguna aktif media sosial khususnya di media sosial instagram.

Aplikasi instagram sebagai media sosial informasi yang digunakan dr.Yassin Bintang saat ini sudah banyak diikuti oleh pengguna media sosial dengan perhitungan sejumlah 282.000 pengikut pada akun media sosial instagram @yassinbintang. Selain dari banyak pengikut pada akun tersebut, terdapat juga kualitas engagement rate serta grade atau perhitungan kualitas yang diakses tanggal 17 Maret 2020 pada akun @yassinbintang yang dapat dilihat di website <https://socialblade.com/> pada akun instagram bahwa nilai engagement rate akun @yassinbintang adalah 1.10% dan kualitas grade adalah B. (<https://socialblade.com/>) Penelitian yang dilakukan oleh (Mustaqimma & Gussman, 2020) bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh dr.Yassin Bintang dalam mempromosikan kesehatan seputar reproduksi, dr.Yassin Bintang melakukan metode teori 4C dalam mengkomunikasikan kepada khalayak atau pengguna media sosial, dengan tujuan supaya pesan yang disampaikan kepada khalayak mampu diterima dengan baik. Bentuk teori 4C yang digunakan dr.Yassin Bintang dalam komunikasi kesehatan adalah (konteks, communication, collaboration, connection). Hasil yang didapatkan dari teori 4C dalam proses komunikasi kesehatan oleh dr.Yassin Bintang adalah secara kontekstual pesan komunikasi yang disajikan dapat dipahami oleh khalayak. Terjadi komunikasi yang berkesinambungan, serta dr.Yassin Bintang yang aktif untuk berkolaborasi dengan pihak yang berkompeten dalam dunia medis. Berdasarkan referensi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka artikel ini akan fokus membahas mengenai bagaimana upaya komunikasi kesehatan reproduksi yang dilakukan oleh dr. Yassin Bintang pada akun media sosial Instagram @yassinbintang.

Metode

Penelitian kualitatif yang digunakan dalam artikel ini memperjelas isu-isu tertentu secara mendalam dan mendetil, karena pengumpulan data tidak dibatasi pada kategori-kategori tertentu. (Gatot, 2020) Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Wawancara dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Linarwati, et al., 2016). Subjek dari penelitian kualitatif ini adalah pengguna media sosial pada pengikut akun instagram @yassinbintang. Objek penelitian ini adalah komunikasi kesehatan reproduksi oleh dr.Yassin Bintang di Instagram.

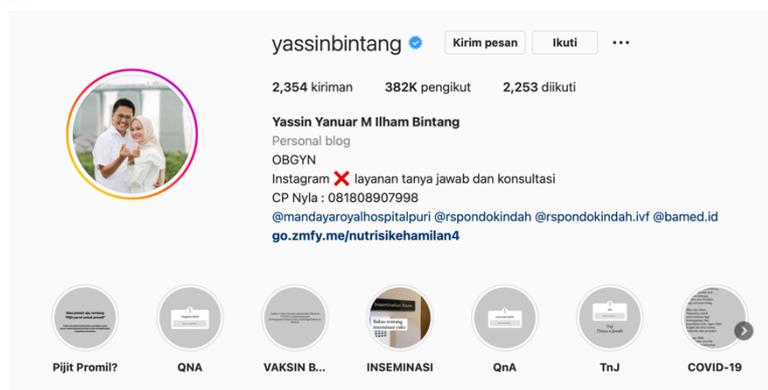
Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Profil Akun Instagram dr. Yassin Bintang

Dokter Yassin Yanuar Mohammad Ilham Bintang atau yang akrab dengan panggilan dr.Yassin Bintang, merupakan salah seorang dokter spesialis kebidanan kandungan yang aktif melayani pasien di Bamed Skin Care – Meruya, Klinik Bamed Skin Care, RS Pondok Indah, Jakarta. Selain menjadi seorang dokter spesialis kebidanan kandungan, dr. Yassin Bintang juga mendapatkan gelar spesialisnya setelah menamatkan pendidikan di Universitas Indonesia pada tahun 2008. Beliau bergabung dalam Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan Perkumpulan Obstetri dan Ginekologi Indonesia (POGI) dapat memberikan layanan konsultasi seputar kebidanan kandungan (www.halodoc.com).

Akun @yassinbintang kerap kali mengunggah postingan mengenai kesehatan reproduksi guna untuk mengedukasi masyarakat agar dapat selalu menjaga kesehatan organ tubuh, terkhusus mengenai reproduksi dan menambah wawasan. Namun, akun @yassinbintang tidak menerapkan sistem konsultasi dan tanya jawab melalui media sosial, akun @yassinbintang tidak menjalin hubungan dengan para pengikutnya dan hanya memberikan informasi kesehatan reproduksi. Maka, dengan hal ini, dr.Yassin Bintang hanya menggunakan instagram sebagai sarana informasi mengenai pengetahuan seputar kesehatan reproduksi kepada masyarakat yang sekiranya membutuhkan informasi tersebut, terkhusus kepada pengikut akun instagram @yassinbintang.

Selama menggunakan media sosial Instagram, akun @yassinbintang saat ini telah mencapai jumlah 382.000 pengikut. Beberapa orang yang telah mengikuti akun Instagram @yassinbintang karena ingin mengetahui informasi yang disampaikan langsung oleh dr.Yassin Bintang selaku dokter kandungan mengenai kesehatan reproduksi. Selain itu, unggahan yang *diposting* dari beberapa pesan di dalam *feeds*, kini mampu mencapai 4.000 like dari status beliau.



Sumber: Instagram.com/yassinbintang

Gambar 1. Capture Profil Akun Instagram @yassinbintang

Komunikasi Kesehatan Reproduksi oleh dr. Yassin Bintang Melalui Media Sosial Instagram

Berdasarkan pembahasan mengenai kesehatan reproduksi sebelumnya bahwa kesehatan reproduksi merupakan suatu keadaan yang sehat secara sistem reproduksi, fungsi dan prosesnya. Kesehatan reproduksi ini memungkinkan seseorang memiliki kesejahteraan fisik, mental serta sosial yang utuh. Oleh karena itu, untuk mencegah permasalahan yang terjadi dengan kesehatan reproduksi perlu adanya komunikasi kesehatan yang dibangun, sehingga terjadi kelancaran baik secara sistem reproduksi, fungsinya dan prosesnya.

Secara umum banyak dari masyarakat pasti ingin memiliki keturunan, akan tetapi fenomenanya saat ini seringkali masyarakat tidak terliterasi atau teredukasi dengan baik terkait informasi kesehatan mengenai sistem reproduksi. Mitos-mitos yang beredar dikalangan masyarakat seringkali dipercayai tanpa mengetahui kebenarannya, sehingga menjadi hal yang bercampur baur antara informasi yang benar dan tidak benar. Tidak hanya itu, individu yang ingin memiliki keturunan juga menjadi kurang percaya diri. Sehingga masyarakat bingung apa tindakan yang harus dilakukan dan bagaimana cara melakukannya, hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan serta belum mengetahui secara langsung informasi dari seorang

dokter pakar yang membahas mengenai kesehatan reproduksi. Pada beberapa peristiwa yang banyak dialami masyarakat, hal ini menjadi acuan atau dorongan kepada masyarakat untuk mencari sebuah informasi mengenai kesehatan reproduksi sesuai dengan yang dibutuhkan, guna untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi. Oleh karena itu, media sosial instagram yang banyak digunakan masyarakat saat ini menjadi incaran untuk mendapatkan sebuah informasi yang jelas dan searah disertai dengan mencari akun dokter yang bergerak dibidang reproduksi. Salah satunya yaitu Yassin Yanuar M Ilham Bintang yang berprofesi sebagai dokter kandungan.

Dokter Yassin Bintang merupakan seorang dokter yang giat menyampaikan informasi mengenai kesehatan reproduksi di media sosial instagram dengan nama akun @yassinbintang. Beberapa isi informasi yang disampaikan dr.Yassin Bintang di media sosial instagram membahas seputar kesehatan reproduksi yang di edukasi sebagai bahan ilmu pengetahuan. Pesan yang disampaikan juga dikemas dalam bentuk komunikasi yang efektif dan konsisten sehingga pesan mampu membangun kepercayaan dan mengajak untuk berfikir positif. Agar komunikasi yang disampaikan mampu diterima dengan baik, dr.Yassin Bintang menciptakan gaya bahasa yang mudah untuk dipahami. Pada komunikasi yang dibangun beliau berusaha memberikan pesan yang mampu mendorong rasa emosional, serta mengajak untuk selalu semangat.

Pada bentuk pesan komunikasi yang dibangun oleh dr. Yassin Bintang di media sosial instagram, secara keseluruhan pesan yang disampaikan sudah memenuhi tujuh kriteria dalam penyampaian pesan yang efektif, yaitu: 1) *Command Attention* (Perintah Fokus), pada pembahasan mengenai *command attention* dapat diartikan bahwa pesan yang disampaikan harus jelas, singkat serta fokus pada argumen yang disampaikan sesuai dengan data dan fakta yang ada. Jika pesan disampaikan dengan jelas, singkat dan sesuai dengan data, maka penyampaian pesan yang diterima dapat dipahami bagi pengikut akun. Selain itu, terdapat pesan komunikasi yang jelas. Pada komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh dokter Yassin Bintang melalui akun instagramnya, penulis melihat bahwa pesan yang disampaikan di media sosial memiliki bentuk pesan yang jelas, baik dalam bentuk tulisan atau secara visual yang terdapat pada *feeds*, *highlights* atau *video live streaming* yang diunggah di akun instagram. Sehingga pesan dapat dengan mudah dipahami serta diikuti dengan adanya data dan fakta. Gaya penyampaian pesan yang dr. Yassin Bintang sampaikan cenderung bersifat santai tapi serius. Sehingga, pesan yang diterima dapat dipahami bagi orang-orang tanpa harus merasa seperti digurui. Jika ada hal-hal yang berkaitan dengan informasi medis (bahasa ilmiah), dokter Yassin Bintang akan mencoba mengemas pesan tersebut dengan bahasa sehari-hari sehingga pesan mudah dicerna dan dipahami oleh pengikut akun.

Pada penjelasan di atas menunjukkan bahwa hasil wawancara sesuai dengan pernyataan dari salah satu informan sebagai pengikut akun @yassinbintang, diantaranya adalah saudari Giva Arissya yakni salah satu pedagang di Ramayana, Sudirman, Pekanbaru yang sudah mengikuti selama kurang lebih 1 tahun. Alasan saudari Giva Arissya mengikuti akun @yassinbintang berawal dari rekomendasi temannya, karena dari setiap pesan yang disampaikan mudah untuk diterima dan dipahami. Bahasa komunikasi yang disampaikan juga terlihat ringan dan santai serta setiap pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat

diterima dan sampai ke arah yang dituju. Seperti berikut tanggapan dari saudari Giva Arissya mengenai dr. Yasin Bintang :

“kalo secara komunikasinya, bahasa beliau itu terkesan memang kayak ringan santai tapi, infonya sampai. Jadi kayak kita, bahasa yang disampaikan terlalu kedokteran, gitu. kadang kitanya tidak mengerti karena kita orang umum. Jadi, dari cara berbicara dokternya itu kayak simpel tapi kita mengerti. jadi dari pesan yang di sampaikan itu kita dapat mengerti...sampai gitu pesannya” (Arissya, 2021)

Selain dari itu pesan informasi dari dr. Yassin Bintang juga termasuk menggunakan pesan singkat dalam menyampaikan pesan informasinya, dapat diartikan bahwa penyampaian dr. Yassin Bintang lebih menuju kepada inti pesan atau *to the point* serta pesan juga memiliki fokus kepada satu pembahasan yaitu komunikasi kesehatan reproduksi dengan isi pembahasan yang meliputi tentang program kehamilan, aturan waktu haid, mitos, salam garis dua dll. Meski penyampaian pesan sering tergantung kepada topik pembahasan yang disampaikan, namun jika pesan cukup dengan pertanyaan, maka dokter Yassin Bintang akan menjawab langsung melalui status akun instagram beliau tanpa harus menjelaskan secara detil. Tetapi jika pembahasan memerlukan penjelasan yang lebih terperinci, maka hal itu akan dijelaskan secara langsung melalui *live* Instagram beliau dengan disertai data resmi sesuai dengan topik pembahasan atau permasalahan dari pihak yang bertanya.

Temuan ini juga sama halnya dengan yang tanggap oleh saudari Giva Arissya dari hasil wawancara bahwa pesan yang disampaikan dokter Yassin Bintang tidak selalu singkat, karena pesan yang disampaikan menyesuaikan dengan pertanyaan atau topik yang dibahas. Jika pesan tersebut memerlukan penjelasan lebih maka pesan akan dijelaskan, namun jika pesan cukup dengan pertanyaan maka hanya ada dijawab saja secara singkat jelas dan padat. Seperti berikut tanggapan dari saudari Giva Arissya mengenai dr. Yasin Bintang :

“Iya...tergantung, kadang-kadang singkat kalo ada QnA (question and answer) yang ada pertanyaan-pertanyaan orang tu, jadi jawab singkat kayak udah cukup segitu aja, jawabannya intinya cuman itu ya udah singkat, tapi kalo ada hal yang perlu dijelasin kadang-kadang dibahasnya kayak pas lagi ngobrol di instagram live atau di posting di feed instagramnya tapi dikasih keterangan gitu..” (Arissya, 2021).

Aspek selanjutnya adalah *Clarify the Message* (Memperjelas Pesan), yang diartikan bahwa pesan yang disampaikan harus efektif secara relevan memiliki kaitan dengan inti pesan yang disampaikan sehingga pesan jelas dan dapat memberikan manfaat. Selain itu, pesan yang disampaikan juga mampu untuk dipahami dengan penyampaian yang telah di klarifikasi keabsahannya secara data yang terlampir. Dari pesan yang diterima, masyarakat dapat mengetahui resiko dan kerugian yang didapat jika tidak melaksanakan tentang hal yang di bahas dalam topik pembahasan dan mengetahui cara untuk melakukannya jika resiko terjadi.

Beberapa topik pembahasan yang disampaikan dr. Yasin Bintang dalam akun Instagramnya, bahwa pesan yang disampaikan dalam setiap topik pembahasan sudah efektif dan terbukti kebenarannya. Karena beberapa penyampaian yang diunggah di akun Instagram, dr. Yassin Bintang menunjukkan keabsahan data dan fakta disertai dengan adanya jurnal. Selain itu dr. Yassin Bintang juga memberikan info kebenaran yang telah di klarifikasikan dari beberapa pertanyaan yang diajukan oleh pengikut akunnya melalui story yang diunggah di akun Instagram @yassinbintang. Seperti halnya pembahasan mengenai mitos, dr. Yassin

Bintang sering mengklarifikasi tentang kebenaran yang ada sesuai dengan penelitian, bahwa tidak sepenuhnya mitos yang didapat itu merupakan larangan atau pantangan untuk dilakukan.

Selain itu, terdapat pesan yang menginfokan mengenai resiko yang didapat jika terjadi masalah reproduksi maka untuk segera di laporkan kepada dokter. Kemudian dengan gaya bahasa pesan yang dr. Yassin Bintang bangun di imbangi dengan gaya yang lebih santai, jelas dan padat sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif tanpa harus membuat pendengar takut, terkadang pesan yang disampaikan juga dibawa dengan candaan supaya pendengar tetap selalu semangat dan selalu relax dalam menerima topik pembahasan.

Pada penjelasan diatas menunjukkan bahwa hasil wawancara yang didapat sesuai dengan pernyataan dari salah satu informan sebagai pengikut akun @yassinbintang, diantaranya saudari Bidan Prima Putri Mayani selaku pengikut akun yang bekerja di Klinik Annisa Medika, Panam, Pekanbaru. Beliau merupakan salah satu informan yang sudah mengikuti akun instagram @yassinbintang kurang lebih selama 1 bulan. Walaupun dengan awal pembahasan yang singkat, namun Bidan Prima Putri Mayani sudah memberikan respon positif mengenai pesan yang disampaikan oleh dr. Yassin Bintang, bahwa pesan yang disampaikan lebih mengarah kepada edukasi serta pesan yang mudah dipahami mampu melahirkan manfaatnya dari postingan yang diunggah akun @yassinbintang. Dijelaskan bahwa pesan yang disampaikan sangat efektif, dikarenakan informasi yang dijelaskan sesuai dengan profesinya selaku dokter kandungan serta adanya jurnal yang ditampilkan. Sehingga pesan yang di sampaikan beliau sangat efektif di lingkungan masyarakat yang belum terlalu mengetahui mengenai permasalahan kandungan atau reproduksi.

Selain efektif, pesan yang disampaikan juga mudah di mengerti oleh masyarakat yang awam walaupun hanya dengan melihat dan membaca secara sekilas di akun @yassinbintang. Dan seluruh pesan beliau yang terunggah dalam akun @yassinbintang dapat membantu masyarakat awam mengenai penambahan pengetahuan baru, seperti keraguan sebagian masyarakat mengenai problem dalam reproduksi dan permasalahan kandungan setelah menelaah penjelasan dalam akun @yassinbintang keyakinan akan masalah-masalah mulai terjawab. Berikut tanggapan dari saudari Bidan Prima Putri Mayani mengenai dr.Yassin Bintang :

“efektif banget...kan memang sesuai dengan profesi beliau ya.. jadi yang disampaikan beliau memang efektif dan pesan sangat bisa diterima dengan baik. karna kan,, yaa.. memang informasi yang disampaikan tentang edukasi kesehatan kan. Dan beliau sering sertain juga jurnalnya jadi tadinya yang kita gak tau jadi lebih tau..oh ternyata begini gtu..jadi kan banyak yang kayak informasi-informasi yang sebelumnya tu ragu dengan baca ig beliau atau dengan melihat live streaming atau dengan melihat postingan beliau jadi lebih yakin” (Mayani, 2021).

Berdasarkan pengamatan di media sosial dan wawancara, bahwa pesan dr.Yassin Bintang yang disampaikan di Instagram sudah efektif, karena bentuk pesan yang disampaikan mengenai edukasi kesehatan reproduksi. Sehingga pesan yang diterima mampu ditelaah dengan baik oleh pengguna akun, karena dari setiap pesan selalu menampilkan keabsahan data dan fakta melalui jurnal. Seperti mitos atau jawaban dari pertanyaan yang diajukan oleh pengikut akun.

Pada komunikasi kesehatan, pesan informasi yang disampaikan harus eksplisit dalam arti tegas, terus terang tanpa harus berbelit-belit dalam menyampaikan pesan. Sehingga isi pesan menyebutkan manfaat didalamnya. Maka, pesan yang diterima juga mampu menjadi ilmu pengetahuan baru untuk pengikut akun. Hal ini dibuktikan dalam pesan-pesan yang disampaikan oleh dokter Yassin Bintang, bahwa secara keseluruhan pesan selalu mengedukasi pengguna akun agar selalu semangat. Beberapa pesan yang disampaikan juga mampu untuk diserap manfaatnya, seperti yang terdapat di bagian *highligh* teratas terdapat beberapa pembahasan yang selalu memberikan edukasi serta dukungan yang dibangun kepada pengikut akun sehingga manfaat yang diterimanya menjadikan sebagai ladang ilmu pengetahuan dan mengedukasi agar selalu menjaga kesehatan reproduksi. Selain itu, dokter Yassin Bintang juga mengedukasi informasi dengan memberikan beberapa tips pada pesan yang disampaikan.

Selain itu, manfaat yang didapat dari pesan yang disampaikan oleh dr. Yassin Bintang bahwa pesan selalu menghadirkan rasa semangat dan dukungan serta motivasi sehingga manfaat yang didapat menjadi lebih dirasakan. Seluruh pesan yang dr.Yassin Bintang unggah mampu melahirkan manfaat dan dapat membantu masyarakat awam untuk mengetahui ilmu pengetahuan baru yang sebelumnya belum diketahui., seperti keraguan yang terdapat pada masyarakat mengenai problem dalam kesehatan reproduksi. Namun dengan adanya ilmu pengetahuan baru, segala problem dapat terjawab

Temuan ini juga didapat sama halnya dengan saudari Giva Arissya bahwa banyak ilmu pengetahuan serta manfaat yang didapatkan dari berbagai informasi yang disampainya seperti promil, atau yang mengarah kepada spesialis sama seperti profesi yang dr.Yassin Bintang miliki. Berikut tanggapan dari saudari Giva Arissya mengenai dr.Yassin Bintang :

“banyak banget si... ilmu-ilmu seperti tentang program hamil, bagaimana ketika hamil?

Yang arah-arahnya kayak spesialis dia (dr.yassin bintang) ini... Itu banyak banget ilmunya yang didapat” (Arissya,2021).

Berdasarkan pengamatan di media sosial dan wawancara, bahwa pesan dr.Yassin Bintang yang disampaikan di instagram terdapat banyak manfaat yang dapat di ambil, seperti ilmu pengetahuan yang di edukasikan melalui media Instagram baik dari postingan di *story*, *feeds* atau *highlight*. Selanjutnya, aspek yang penting ialah *Consistency Count* (Konsistensi). Sebuah pesan komunikasi kesehatan yang disampaikan harus konsisten baik secara data maupun fakta atau kerutinan waktu dalam mengunggah pesan di Instagram. Karena dari konsistennya suatu pesan yang disampaikan, hal ini mampu menjadikan persepsi cerminan baik bagi pengikut akun. Sehingga akan memunculkan rasa percaya juga bagi pengikut yang menerima pesan.

Komunikasi kesehatan yang disampaikan dr.Yassin Bintang konsisten dalam melakukan edukasi di media sosial Instagram dengan disertai adanya data dan fakta. Seperti rutinitas QNA (Question and Answer) yang dibangun untuk mengetahui pertanyaan yang menjadi keluhan yang dialami oleh pengikut akun. Jawaban yang diberikan oleh dr. Yassin Bintang selalu menghadirkan jurnal untuk mempejelas keabsahan pesan. Serta keaktifan dalam mengunggah pesan di media sosial Instagram, dr.Yassin Bintang rutin untuk mengunggah pesan sebanyak 2 - 4 *post* dalam sehari yang terdapat dalam *feeds* atau *story*. Selain itu dr.Yassin Bintang konsisten dalam melakukan tanya jawab yang diunggah di *Instagram Story*.

Pada penjelasan di atas, temuan menunjukkan bahwa hasil wawancara yang didapat sesuai dengan pernyataan dari salah satu informan sebagai pengikut akun @yassinbintang, di antaranya yaitu Bidan Prima Putri Mayani selaku pengikut akun. Dinyatakan bahwa pesan yang disampaikan dr.Yassin Bintang konsisten dalam menyampaikan pesan, karena pesan selalu disertai dengan adanya penelitian sebagai landasan informasi. Berikut tanggapan dari saudari Bidan Prima Putri Mayani mengenai dr.Yassin Bintang:

“konsisten banget...karena dokter dituntut harus konsisten.karena pada sebuah informasi harus ada jurnal.karena kalau gak ada (jurnal), dokter tidak boleh share, memang harus ada penelitiannya dulu sebelum di sampaikan, sama halnya dengan dr. Yassin Bintang”(Mayani, 2021) .

Temuan serupa mengenai konsisten waktu pengunggahan juga didapat dari hasil wawancara yang disampaikan langsung oleh saudari Giva Arissya bahwa dr.Yassin Bintang juga konsisten dalam pengunggahan pesan di Instagram. Waktu pengunggahan yang dilakukan dr.Yassin Bintang minimal sebanyak 5 informasi dalam sehari yang diunggah di Instagram, baik dalam story atau feed. Sehingga rutinitas pengunggahan yang diciptakan mampu membangun nilai persepsi yang baik bagi pengikut akun. Hal ini dinyatakan pula oleh pengikut akun dokter Yassin Bintang, yakni saudari Giva Arissya Bintang: “setiap hari pasti ada postingan, entah story, feed dan live. Kalo story minimal 5, kadang juga lebih..” (Arissya, 2021)

Berdasarkan pengamatan di media sosial dan wawancara, bahwa pesan yang disampaikan dr.Yassin Bintang di Instagram sudah konsisten, karena disetiap harinya selalu menampilkan kabar terbaru dan *up to date*, beserta info yang disampaikan selalu menghadirkan data dan fakta sebagai acuan keabsahan pesan. Aspek mengenai upaya komunikasi kesehatan lainnya ditunjukkan juga dalam poin *Cater to the Heart and the Head* (Pesan mampu membangun kemistri). Pada bentuk komunikasi yang dibangun, pesan yang disampaikan harus dapat menyentuh dan mendorong sisi emosional kepada khalayak yang menerimanya. Karena orang menerima pesan dengan melihat mendengar dan perasaan yang digunakannya. Sehingga pesan yang diterima dapat melahirkan adanya rasa keinginan untuk bertindak.

Pada bentuk komunikasi yang dibangun bahwa dr. yassin bintang bahwa pesan yang disampaikan menyebutkan keadaan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Umumnya terdapat pesan yang lebih menjelaskan kepada hal yang menjadi kebutuhan masyarakat, sehingga setiap pesan yang diterima menjadi sebuah jawaban dari kendala-kendala yang terjadi pada masyarakat. Maka dengan itu dr.Yassin Bintang selalu mengedukasi dan menyampaikan agar selalu tetap optimis dan semangat.

Beberapa pesan edukasi yang disampaikan dr.Yassin Bintang di media sosial instagram, banyak dari pengikut akun yang kagum bahagia karena pesan yang disampaikan oleh dr. Yassin Bintang dapat memberi jawaban dari keraguan yang dirasakan oleh pengikut akun. Serta pesan yang disampaikan selalu menghadirkan rasa semangat dan dukungan yang diberikan. Seperti salam dua garis yang sudah menjadi gaya favorit dr. Yassin Bintang. Setiap pesan yang disampaikan juga membuktikan bentuk rasa kepedulian penuh untuk pengikut akun. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dr. yassin bintang telah menyentuh emosional pengikut.

Dari pemaparan diatas terdapat temuan yang sama dengan Bidan Prima Putri Mayani sampaikan bahwa pesan yang disampaikan dr. Yassin Bintang melalui media sosial memang dapat menyentuh bagi masyarakat, karena pesan yang disampaikan berhubungan dalam kehidupan sehari-hari dan menyangkut kebutuhan yang dialami. Berikut tanggapan dari Bidan Prima Putri Mayani mengenai dr.Yassin Bintang :

“iya pastinya...karena yang beliau sampaikan memang membuat kita jadi terbawa. Jadi...memang pasti, apalagi yang disampaikan menyangkut kepada yang kita alami” (Mayani, 2021)

Berdasarkan pengamatan di media sosial dan wawancara bahwa pesan dr.Yassin Bintang yang disampaikan di Instagram dapat menggugah sisi emosional yaitu ditandai dengan adanya semangat, dukungan serta motivasi dan tanda yang sering diucapkan dengan kalimat “Salam garis 2” baik dari postingan *story*, *feed* atau *highlight*. Maka hal ini menjadi pemicu bagi pengikut akun yang menerimanya. Selain pesan yang memang penting dalam upaya komunikasi kesehatan, aspek terkait kredibilitas juga mempengaruhi bagaimana pengikutnya dapat menaruh kepercayaan kepada komunikator.

Pada upaya komunikasi kesehatan, pesan harus dapat dipercaya baik kebenaran pesan atau bentuk empati dan perhatian yang terkandung didalam pesan itu sendiri. Karena dari kebenaran pesan serta perhatian yang terdapat pada pesan komunikasi yang disampaikan, hal ini mampu menumbuhkan rasa percaya. Selain itu ekspresi penyampaian juga mendukung pengikut akun untuk percaya.

Komunikasi kesehatan yang disampaikan dr. Yassin Bintang selalu menunjukkan kebenaran pada setiap pesan yang disampaikan disertai dengan adanya landasan penelitian dan memiliki latar belakang profesi yang jelas, yaitu sebagai dokter kandungan yang sudah menjalankan praktik di Rumah Sakit serta kerab menjadi pembicara pada kegiatan ngobrol bareng bamed yang dilakukan secara *online* atau *offline*. Sehingga pesan-pesan yang beliau sampaikan mampu mendapatkan kepercayaan yang besar bagi pengikut akun Instagram @yassinbintang.

Dari pemaparan di atas terdapat temuan yang sama dengan Bidan Prima Putri Mayani sampaikan bahwa dari segi audiens, ia melihat dr.Yassin Bintang sangat berperan dalam menyebarkan pesan dan edukasi terkait reproduksi. Berdasarkan pengamatan di media sosial dan wawancara, pesan yang disampaikan oleh dr.Yassin di Instagram telah menciptakan kepercayaan dengan menampilkan kebenaran data dan fakta serta adanya status yang melatar belakangi sebagai seorang dokter spesialis kandungan sehingga setiap pesan yang disampaikan dapat di percaya.

Pada upaya komunikasi kesehatan, terdapat pula aspek yang beririsan dengan poin yang sering dibahas dalam *marketing* yakni bagaimana kita memasarkan suatu produk. Aspek yang kerap kali muncul dalam tiap unggahan di media sosial yakni *Call to Action* (Ajakan Utuk Bertindak). Pada setiap pesan yang telah disampaikan, pesan harus mampu bisa mendorong masyarakat untuk bertindak. Karena keberhasilan suatu pesan diukur dari efek yang diterima oleh pengikut akun yang dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa bentuk komunikasi yang sudah disampaikan dr.Yassin Bintang tidak hanya sekedar informasi atau pemaparan saja. Namun, terdapat ajakan agar tidak percaya mitos yang belum memiliki kejelasan pesan dan terdapat semangat serta motivasi yang menggugah pengikut akun untuk

bertindak dan lebih percaya diri. Contoh seperti ajakan semangat garis dua. Pada kalimat tersebut menyebutkan bahwa setiap orang disarankan untuk selalu semangat, bahagia dan percaya diri bagi yang sedang program, karena jika dari diri setiap orang ditanamkan rasa semangat maka akan dirasakan akan terciptanya rasa *positive thinking*. Terdapat juga unggahan di akun @yassinbintang yang digambarkan dengan kegiatan keluarga dr.Yassin Bintang dalam kehidupan sehari-hari yang menunjukkan akan kedamaian, semangat dan kebahagiaan yang terjadi di dalam kehidupannya. Hal ini menjadi acuan bagi pengikut akun supaya menjalankan dalam kehidupan sehari-hari.

Dari pemaparan di atas terdapat temuan yang sama dengan dr.Khairani Nurriszky sampaikan bahwa pesan yang disampaikan dr.Yassin Bintang dapat menumbuhkan rasa percaya diri serta menjalankan rutinitas dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan informasi yang didapat dari dr.yassin bintang. Seperti mitos yang terdapat mengenai larangan bagi ibu hamil. Berikut tanggapan dari dr. Khairani Nurriszky mengenai dr.Yassin Bintang :

“ya kadang ada sih... beberapa informasi dari dia yang saya aplikasikan ke saya...ketika hamil kemarin...misalnya ketika saya merasa binggung...boleh ngak ya seperti ini...kemudian saya buka-buka instagram beliau tentang.....dr yasin....begitu terus saya ikuti ” (Nurriszky, 2021)

Berdasarkan pengamatan di media sosial dan wawancara, bahwa pesan yang disampaikan dr.yassin di instagram mampu menjadi ilmu pengetahuan bagi masyarakat serta pesan yang diterima mampu mendorong masyarakat untuk bertindak dan menciptakan rasa percaya diri. Seperti halnya unggahan mengenai mitos.

Simpulan

Komunikasi kesehatan reproduksi yang disampaikan oleh dr. Yassin Bintang telah memenuhi komponen-komponen dari penyampaian pesan yang efektif dalam produk komunikasi kesehatan. Isi komponen yang terdapat pada WHO (World Health Organization) dalam *effective communication participant handbook* (2015) mengenai produk komunikasi kesehatan masyarakat yang baik dalam bentuk penyampaian pesan yang efektif terbagi atas 7 macam yaitu *Command Attention, Clarify the Message, Communicate a Benefit, Consistency Count, Cater to the heart and the head, Create Trust, Call to Action*. Pada komunikasi kesehatan sumber disampaikan langsung oleh dr. Yassin Bintang yang aktif dalam penggunaan media sosial instagram untuk mengedukasi tentang kesehatan reproduksi. Pesan yang disampaikan mudah untuk dipahami disertai dengan adanya data dan fakta sebagai landasan pada sebuah informasi. Pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian karena terdapat pesan yang mengandung manfaat didalamnya, sehingga manfaat yang didapat mampu menggugah isi emosional. Pesan juga jelas dan relevan serta konsisten sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan terdapat dorongan, dukungan dan ajakan untuk bertindak.

Referensi

- Agustina, R. H. & Eka, F. P. (2020). Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Arsyad, A. M.A. (2013). Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Gatot, C. H. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Liliweri, M.S. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mandang, J., Lumi, F., Manueke, I., & M, Tando, N. (2014). *Kesehatan Reproduksi Dan Pelayanan Keluarga Berencana (KB)*. Bogor: In Media.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz.
- _____. (2016). *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Waryana. (2018). *Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- WHO (World Health Organization). (2015). *Effective Communication Participant Handbook*. Document Production Service, Geneva, Switzerland.
- Agustar. (2019). *Model Komunikasi Pemasaran Alfamart Di Kota Pekanbaru*. Universitas Abdurrah.
- Alfansyur, A dan Mariyani. (2020). *Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial*. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*. 5(2), 146-150.
- Annahdi, S.S. (2019). *Analisis Wacana Dalam Pendidikan Seks Pada Akun Media Sosial Instagram @Tabu.Id*. *Jurnal Proceeding of Management*. 6 (2), 1-7.
- Hasanah, H. (2016). *Pemahaman Kesehatan Reproduksi Bagi Perempuan*. *Jurnal Sawwa*, 11(2), 229-252.
- Leonita, E. & Jlinus, N. (2018). *Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan*. *Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*. 18(2) 25-34.
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M.M. (2016). *Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Even Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus*. *Journal of management*. 2(2), 1-8.
- Mustaqimmah, N. & Gussman, S. Y. (2020). *Digital Influencer Dalam Promosi Kesehatan*.
- Monanda, R. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja*. *Jurnal Jom Fisip*. 4(2), 1-12.
- Maulida, H. (2020). *Komunikasi Kesehatan Perilaku Hidup Sehat # JSR di Media Sosial*. *Jurnal Teras Kesehatan*, 3 (1), 18-32.
- Prasanti, D. & Rakhma, D. F. (2017). *Membangun Ketahanan Informasi Nasional Dalam Komunikasi Kesehatan Bagi Kalangan Perempuan Urban di Jakarta*. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(3), 338-358.
- Retnasary, M. & Fitriawati, F. (2018). *Peran Instagram Sebagai Media Promosi*. *Jurnal Ilmiah Indonesia*. 3(4), 61-67.
- Rahmadiana, M. (2012). *Komunikasi Kesehatan*. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 88-94.
- Retno, H. (2018). *Budaya Dan Komunikasi Kesehatan*. *Jurnal Lugas*, 2(1) 13-19.
- Sari, M.P. (2017). *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau*. *JOM FISIP*, 4(2), 1-13.
- Sekar, D.P. & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. *Jurnal common*. 3(1), 71-80.

- Wahyuni, A.P. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*. 12(2), 212-231.
- Widarini, D.A. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Sosialisasi Kesehatan Reproduksi Dan Nutrisi Untuk Perempuan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17 (1), 92-101.
- Dr. Drh. Budijanto, D, M. Kes. (2018). Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <http://pusdatin.kemkes.go.id>.
- dr. Yassin Yanuar Mohammad, Sp. OG-KFER, M.SC – Halodoc. <https://www.halodoc.com>.
- Kaban, S.M. (2019-2020). Laporan Jasa Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII). Indonesia Suvei Center. <https://apjii.or.id/download/downloadsurvei/infografis.apjii.pdf%20>.
- Sendari, A. A. (2019). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto Vidio, Ini Deretan Fitur Canggihnya. *Liputan6.com*. <https://m.liputan6.com/tekno/read/3906736/>
- YouTube, Twitch, Twitter & Instagram Statistic – SocialBlade <https://socialblade.com/>