

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TABU.ID SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PENYAKIT MENULAR SEKSUAL PADA MAHASISWA

Harisa Ninda Siti Ramadhany¹⁾, Marisa Puspita Sary²⁾, Maulina Larasati Putri³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

¹email : harisaninda.sr@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 9 Maret 2023

Revisi, 3 Maret 2023

Diterima, 20 Agustus 2023

Publish, 15 September 2023

Kata Kunci :

Media Sosial

Penyakit Menular Seksual

Kebutuhan Informasi



ABSTRAK

Di dunia modern saat ini, media sosial memainkan peran penting. Instagram banyak digunakan di kalangan khalayak media sosial Indonesia yang aktif. Akun Instagram @Tabu.id menjadi sumber berita dan informasi bagi para pengguna Instagram. Penelitian ini dilakukan dalam upaya untuk mengetahui efektivitas media sosial akun Instagram @Tabu.id sebagai media informasi penyakit menular seksual. Studi ini berbentuk survei deskriptif kuantitatif terhadap 62 mahasiswa yang terdaftar di Ilmu Komunikasi UNJ 2019 dan 2020. Studi ini menemukan bahwa rata-rata responden mendapat skor 3,35 pada dimensi keterlibatan, 3,34 pada dimensi masyarakat, 3,28 pada dimensi keterhubungan, 3,18 pada dimensi percakapan, dan 3,14 pada dimensi keterbukaan. Indikator media sosial digunakan untuk berbagi informasi memiliki rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,50% hal ini menunjukkan bahwa indikator media sosial digunakan untuk berbagi informasi memiliki pengaruh paling besar pada efektivitas media sosial Instagram @Tabu.id sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi penyakit menular seksual pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ 2019 & 2020.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Harisa Ninda Siti Ramadhany

Universitas Negeri Jakarta

harisaninda.sr@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Teknologi yang berkembang pesat di era 4.0, berpusat pada internet *of things* dengan tujuan memaksimalkan manfaat dari konektivitas internet. Bagi pengguna, mengakses internet dari mana saja kapan saja dengan smartphone atau perangkat lain membuat hidup dan bekerja menjadi lebih sederhana. Kemampuan untuk menyampaikan, meneliti, dan menyebarkan pengetahuan yang relevan secara efektif (Kristianto, 2021).

Karena ketersediaan internet yang meluas, bentuk media baru seperti jejaring sosial dapat dengan mudah diakses kapan saja dan dari lokasi mana saja. Kemungkinan Media Sosial Kami tidak memiliki forum terbuka untuk diskusi ide atau permintaan informasi. Media sosial berbasis internet memungkinkan pengguna untuk "berinteraksi secara oportunistik dan menawarkan diri mereka secara selektif, baik secara real-time atau asinkron dengan audiens yang besar atau terbatas untuk mendapatkan

nilai dan konten buatan pengguna serta keterlibatan yang dirasakan dengan orang lain," seperti yang didefinisikan oleh (Carr & Hayes, 2015).

Di dunia modern saat ini, media sosial memainkan peran penting. Diperkirakan oleh We Are Social akan ada 191 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022, meningkat 12,35 persen dari tahun 2021. Statistik Katadata.co.id menguatkan informasi tersebut dengan menunjukkan peningkatan pengguna media sosial sebesar 30 persen. sejak 2017.

Riset yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika menemukan bahwa sebanyak 73% responden menggunakan media sosial untuk mengumpulkan informasi. Distribusi responden kebiasaan tidak ada perbedaan signifikan dari temuan survei 2020.

Instagram banyak digunakan di kalangan khalayak media sosial Indonesia yang aktif. Instagram

adalah aplikasi smartphone yang memungkinkan Anda berbagi foto secara online, sehingga mudah untuk mendistribusikan dan menerima data apa pun yang Anda butuhkan secara instan (Sari, 2017). Dengan latar belakang ini, tidak mengherankan jika Instagram adalah salah satu platform media sosial yang digunakan orang untuk bertukar ide dan informasi.

Menurut perkiraan Napoleon Cat, ada 107,2 juta pengguna Instagram aktif di Indonesia per Juni 2022, dengan 38,2 persen dari pengguna tersebut termasuk dalam kelompok usia 18–24 tahun. Kelompok usia ini menyumbang 40,9 juta pengguna secara keseluruhan. Antara usia 18 dan 24 tahun, ketika mayoritas siswa terdaftar, kuliah adalah masa transisi menuju kedewasaan dan pertumbuhan pribadi yang tidak lengkap

Instagram dapat menjadi alat pengambilan keputusan yang berharga untuk hal-hal seperti penyebaran informasi, penyakit menular, dan aktivitas seksual. Karena Instagram mencakup segalanya dan dapat dilihat kapan saja, dari lokasi mana saja hanya dengan perangkat seluler yang terhubung ke internet, Instagram menyediakan informasi yang diperlukan untuk penerapan dan pemenuhan. Informasi berupa foto atau video dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat bahwa laporan berita yang mereka baca tentang penyakit menular seksual dapat dipercaya. Ketersediaan media sosial dapat berfungsi sebagai obat potensial. Perlu diingat bahwa persentase yang cukup besar dari waktu yang dihabiskan siswa saat ini dihabiskan untuk media sosial kondisi ideal untuk penyebaran penyakit yang berpotensi menular.

Konsisten dengan pokok bahasan, satu set akun media sosial, bernama @Tabu.id, telah dibuat dengan tujuan yang jelas untuk memberikan informasi faktual tentang kesehatan seksual. Account Pada tahun 2018, sekelompok orang Indonesia yang peduli membentuk sebuah organisasi nirlaba bernama Yayasan Tabu Indonesia Diberdayakan oleh Banyak Anak Remaja Bergerak sebagai Ruang Belajar Kesehatan di Indonesia. Tabu.id memanfaatkan Instagram untuk membahas isu kesehatan seksual dan reproduksi yang masih dianggap tabu di Indonesia. Namun, Tabu.id tetap mempertahankan kemampuannya untuk menyebarkan pengetahuan melalui unggahan materi, terlihat dari banyaknya orang yang menyukai dan mengomentari postingan yang rutin dibuat oleh layanan tersebut.

Dalam hal pendidikan kesehatan seksual, mahasiswa Generasi Z adalah salah satu orang yang paling penting untuk dijangkau. Demografi ini sangat berisiko terhadap penyakit menular seksual termasuk HIV/AIDS, hepatitis, sifilis, dan lain-lain karena perilaku seksual yang menyimpang dan masalah yang terkait (Pourkazemi et al., 2020)

Karena kurang diperhatikan, generasi milenial memiliki pemahaman dan pandangan yang kurang baik tentang pentingnya layanan kesehatan dan

seksualitas. Sebagai langkah untuk mencegah penyebaran penyakit menular seksual, ia harus mengambil tindakan pencegahan.

Menurut statistik yang disediakan oleh Kementerian Kesehatan Indonesia, proporsi yang cukup besar dari populasi HIV-positif negara ini terdiri dari dewasa muda dan remaja. Dengan demikian, siswa dari segala usia dimasukkan dalam analisis kami. Ada 519.158 diagnosis HIV baru di Indonesia pada Juni 2022, dan angka tersebut terus meningkat di banyak wilayah dan provinsi di Indonesia. Badan Pusat Statistik dan Informasi Kementerian Kesehatan Indonesia menduduki peringkat kelima negara terburuk di Asia untuk tertular Infeksi Menular Seksual (IMS) pada tahun 2018. (Kesmas Kemkes, 2022) Statistik UNFPA dan WHO menunjukkan bahwa setiap hari, sekitar satu dari dua puluh orang terinfeksi penyakit menular seksual. tinggi namun kejadian infeksi kematangan seksual dini antara dewasa (Pandjaitan et al., 2017).

Hasil penelitian tahun 2021 "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Fans" oleh Dirdha Aurelia Belatrixx PS dan Lusya Savitri SU. Menurut temuan, kebutuhan penggemar K-Pop dapat terpenuhi secara signifikan melalui penggunaan strategis platform media sosial @panncafe (Sarasak & Utami, 2021)

Selanjutnya studi lain yang diselesaikan oleh Nadia Ayu Puspita dan Nuriyati Samatan dengan judul "Efektivitas Sosial Media akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi" tahun 2022. Pengikut akun Instagram @detikcom dipengaruhi secara signifikan baik secara parsial maupun simultan dalam hal kebutuhan informasi yang dimilikinya, menurut hasil penelitian terbaru (Puspita, 2022)

Mempertimbangkan hal tersebut di atas, jelas bahwa generasi muda Generasi Z saat ini membutuhkan lebih dari sekadar pemahaman dasar tentang kesehatan seksual agar berhasil menghadapi banyak tantangan yang ditimbulkan oleh penyakit menular seksual. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Efektivitas Media Sosial Instagram @Tabu.id Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penyakit Menular Seksual Pada Mahasiswa". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bermanfaat tidaknya Instagram (@Tabu.id) untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa tentang penyakit menular seksual.

Media sosial

Berbagai definisi media sosial ada saat ini. Namun, media sosial juga dapat dipahami sebagai jenis media online yang dapat diakses melalui internet, di mana orang dapat terlibat secara aktif dengan cara yang sederhana. "Media sosial" didefinisikan oleh McCay Peet dan Quan-Haase (2017) sebagai "setiap layanan yang dapat diberikan kepada seseorang, kelompok, atau organisasi melalui Internet." Mereka dapat dengan mudah mengakses,

memproduksi, mengubah, berbagi, dan terlibat dengan materi yang dibuat secara artifisial untuk berkolaborasi, terhubung, berkomunikasi, dan mengembangkan komunitas satu sama lain (Sloan, 2018). Dengan mengingat definisi ini, Mayfield (2008) mengusulkan lima kriteria untuk mengevaluasi keefektifan media sosial (Mayfield, 2008)

1. Partisipasi

Setiap orang yang peduli dengan suatu topik dapat berkontribusi, dan umpan mereka akan dikirim kembali kepada mereka melalui media sosial. Intinya minat pada media mulai berkurang di antara target demografinya.

2. Keterbukaan

Sebagian besar platform media sosial mendorong umpan balik dan interaksi dari pengguna. Mereka mendorong proses pengumpulan data yang ada, dan mereka memilih, berkomentar, dan mendistribusikan data.

3. Percakapan

Istilah "siaran" umumnya digunakan untuk menggambarkan penyampaian materi media konvensional kepada audiens, sedangkan "media sosial" lebih baik dipahami sebagai diskusi dua arah.

4. Masyarakat

Bentuk penggunaan media sosial yang populer untuk mengembangkan audiens yang berpotensi besar dengan cepat, penting untuk *online* dan mencari informasi yang relevan dengan kebutuhan spesifik kita.

5. Keterhubungan

Karena sebagian besar bentuk media sosial berkembang melalui interkoneksi, mereka biasanya menggunakan tautan ke situs, sumber listrik, dan infrastruktur lainnya.

Instagram

Sebagai produk sampingan dari perkembangan internet, Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial paling populer di kalangan pengguna modern. Instagram, seperti yang dijelaskan oleh Bambang (2012), adalah "Aplikasi dari perangkat khusus untuk media sosial" dan "merupakan salah satu dari media digital saat ini yang fungsinya hampir sama dengan aplikasi lainnya", kecuali "mengambil foto dalam bentuk atau lokasi Untuk berbagi informasi gunakan" (Atmoko, 2012). Ada beberapa manfaat menggunakan Instagram seperti yang dikemukakan oleh (Kurniawan, 2017)

1. Instagram memungkinkan pengguna mengisi profil dengan data demografis seperti usia, lokasi, minat, dan aktivitas.
2. Instagram selalu tersedia di perangkat apa pun dengan konektivitas internet, baik itu komputer desktop atau ponsel.
3. Fitur perpesanan Instagram memfasilitasi interaksi yang lebih lancar antar pengguna.
4. Dengan Instagram, Anda dapat selalu berhubungan dengan teman dan keluarga.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Tidak peduli seberapa baik itu disampaikan atau seberapa baik itu dipenuhi, informasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Menurut Belkendi dalam (Suwan, 1997), keinginan akan informasi muncul setiap kali ada ketidaksesuaian antara pengetahuan yang dimiliki manusia saat ini dan apa yang dituntut darinya.

Secara alami, tuntutan seseorang berbeda-beda tergantung pada lokasinya, juga tingkat pendidikannya, sifat pekerjaannya, dan jumlah informasi yang sekarang tersedia baginya. Untuk mempengaruhi lingkungan kita, orang membutuhkan pengetahuan. Informasi yang akurat diperlukan untuk mengarahkan semua operasi sehingga dapat ditangani dengan tepat sejalan dengan tujuan dan manajemen yang terlibat (Pawit, 2004)

Manusia memiliki nafsu yang tak terpuaskan akan informasi, dan nafsu itu dipicu oleh hal-hal seperti tujuan yang melekat. Ketika ada kekurangan pengetahuan tentang suatu topik, itu disebut sebagai kesenjangan pengetahuan; untuk menjembatani kesenjangan ini, pihak yang terkena dampak harus terlibat dalam pencarian informasi yang relevan dengan menggunakan alat yang sesuai (Erlianti, 2020)

Teori Penggunaan dan Efek

Penerapan dan dampak praktis dari teori tersebut telah dibahas oleh Sven Swindahl sejak tahun 1979. Teori gagasan lama digabungkan dengan metode penggunaan dan gratifikasi untuk membuat kerangka teori baru ini. Proses menggunakan draf adalah cabang vital dari pohon pemikiran. Efek dari setiap metode komunikasi massa bisa sulit diprediksi, tapi setidaknya kita bisa mulai dengan belajar lebih banyak tentang faktor-faktor yang berkontribusi pada pemanfaatannya. Karena ini adalah bagaimana teori diterapkan, hasilnya adalah Hipotesis penjelasan (Bungin, 2017) tentang bagaimana efek-A pada konsumen media muncul dari interkoneksi berbagai bentuk komunikasi massa yang disebarluaskan oleh berbagai bentuk media massa.

Cukup satu saja dari beberapa penjelasan tentang efek konsumsi media. Keputusan seseorang untuk menggunakan media atau tidak akan dipengaruhi oleh prasangka, asumsi, dan pengalaman mereka sendiri dengan berbagai bentuk dan tingkat ketersediaan media (Sendjaja, 2014)

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Untuk menggambarkan informasi dalam kata-kata atau statistik, dengan penekanan pada "bagaimana" dan "siapa", seperti yang digariskan oleh Neuman (2014), dilakukan penelitian deskriptif. Ilmu Metodologi Menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan dan pernyataan yang telah dirumuskan sebelumnya oleh para peneliti adalah contoh umum dari pendekatan survei (Sekaran & Bougie, 2016)

Menggunakan sampel populasi Sebanyak 162 orang dari jumlah mahasiswa Angkatan 2019 dan

2020 di Universitas Negeri Jakarta yang terdaftar pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Metode penarikan sampel studi ambil sampel acak dasar. Metodologi pengumpulan sampling probabilitas adalah acak sederhana. Sampel dengan bantuan rumus Slovin .Rumus Slovin digunakan untuk populasi yang sudah diketahui jumlahnya, karena jumlah populasi pada penelitian ini diketahui, yaitu berjumlah 162 orang, maka dapat digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{162}{1 + (162)(0,1)^2}$$

$$= \frac{162}{1 + 1,62}$$

$$= 61,83206 \approx 62 \text{ orang}$$

n : Jumlah sampel yang dibutuhkan

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan

Gunakan rumus slovin untuk menentukan berapa banyak orang yang akan disertakan dalam sampel. Maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah 62 orang mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi UNJ Angkatan 2019 & 2020.

Penelitian ini memiliki satu variabel yaitu media sosial yang memiliki lima dimensi yaitu Partisipasi, keterbukaan, percakapan, masyarakat, dan keterhubungan. Setiap dimensi memiliki turunan yang disebut indikator. Indikator tersebut dapat dilihat pada tabel operasional konsep, berikut :

Tabel 1 Operasional Konsep

| Variabel | Ukuran | Indikator | Skala |
|--------------|------------------|---|--|
| Media Sosial | 1. Partisipasi | A. Media sosial mendorong kontribusi. B. Pengobatan sosial mendorong umpan balik | interval |
| | 2. Keterbukaan | A. Media sosial digunakan untuk menyampaikan komentar. B. Media sosial digunakan untuk berbagi informasi. | Catatan : 1 : STS (Sangat Tidak Setuju) |
| | 3. Percakapan | A. Media sosial menyediakan akses komunikasi dua arah. B. Media sosial menyediakan konten untuk audiens. | 2 : TS (Tidak Setuju) |
| | 4. Masyarakat | A. Media sosial digunakan untuk mengetahui permasalahan kebutuhan B. Media sosial digunakan untuk memenuhi minat | 3 : S (Setuju) |
| | 5. Keterhubungan | A. Media sosial memanfaatkan tautan ke situs lain. B. Media sosial meyakinkan orang untuk berkunjung. | 4 : SS (Sangat Tidak Setuju) |

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti telah mengumpulkan informasi melalui kuesioner yang dikirim ke ukuran sampel yang telah ditentukan dari 62 orang. Menggunakan indikasi dari dimensi media sosial yang sudah ada sebelumnya yang tercantum dalam tabel konseptual tersebut, pernyataan numerik dibuat pada kuesioner. Hasil berikut ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Kontribusi Dorong Media Sosial
N = 62

| Pernyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 30 | 48,4% | 3,48% |
| 3 = Setuju | 32 | 51,6% | |
| 2 = Tidak setuju | 0 | 0 | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 2 menunjukkan bahwa 51,6% responden merasa @Tabu.id memberikan informasi yang bermanfaat tentang penyakit menular seksual kepada pelajar melalui media sosial. Kesehatan seksual harus dilindungi dengan segala cara.

Tabel 3 Umpan Dorong Media Sosial Kembali
N = 62

| Pernyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 17 | 27,4% | 3,23% |
| 3 = Setuju | 42 | 67,7% | |
| 2 = Tidak setuju | 3 | 4,8% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Seperti yang terlihat pada Tabel 3, 67,7 persen responden sangat setuju bahwa akun Instagram @Tabu.id memberikan materi terkait penyakit kelamin menular yang dapat dibagikan oleh mahasiswa kepada orang lain.

Tabel 4 Media Sosial Yang Digunakan Untuk Menyampaikan Komentar
N = 62

| Pernyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 11 | 17,7% | 2,78% |
| 3 = Setuju | 26 | 41,9% | |
| 2 = Tidak setuju | 25 | 40,3% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 4 menunjukkan bahwa 41,9 persen responden setuju dengan pernyataan bahwa akun Instagram @Tabu.id mendorong mahasiswa untuk mengomentari konten terkait penyakit menular seksual.

Tabel 5 Media Sosial Yang Digunakan Untuk Berbagi Informasi
N = 62

| Pernyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 33 | 53,2% | 3,50% |
| 3 = Setuju | 28 | 45,2% | |
| 2 = Tidak setuju | 1 | 1,6% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 5 menunjukkan bahwa 53,2% responden setuju bahwa @Tabu.id telah menjadi sarana penyebaran informasi penyakit menular seksual kepada mahasiswa secara online.

Tabel 6 Media Sosial Memberikan Akses Komunikasi Dua Arah
N = 62

| Pernyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 12 | 19,4% | 2,98% |
| 3 = Setuju | 36 | 58,1% | |
| 2 = Tidak setuju | 24 | 22,6% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 6 menunjukkan bahwa 58,1% responden berpendapat bahwa akun media sosial @Tabu.id mempermudah penyebaran informasi kepada mahasiswa. Baik mahasiswa maupun entitas lain yang

menggunakan akun @Tabu.id dapat bertindak sebagai pengirim atau penerima.

Tabel 7 Media Sosial Memberikan Konten Kepada Audiens
N = 62

| Penyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 26 | 41,9% | 3,38% |
| 3 = Setuju | 34 | 54,8% | |
| 2 = Tidak setuju | 2 | 3,2% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Hasil pada tabel 7 menunjukkan bahwa sebagian besar 54,8 persen responden merasa @Tabu.id berkompeten untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang penyakit seksual menular melalui bentuk postingan di media sosial.

Tabel 8 Media Sosial Untuk Mengetahui Masalah Kebutuhan
N = 62

| Penyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 20 | 32,3% | 3,39% |
| 3 = Setuju | 38 | 61,3% | |
| 2 = Tidak setuju | 4 | 6,5% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 8 menunjukkan bahwa 61,3% responden merasa mahasiswa dapat dengan mudah menemukan berbagai informasi terkait penyakit menular seksual di platform media sosial @Tabu.id.

Tabel 9 Media Sosial Untuk Memenuhi Minat
N = 62

| Penyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 21 | 33,9% | 3,30% |
| 3 = Setuju | 39 | 62,9% | |
| 2 = Tidak setuju | 2 | 3,2% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 9 menunjukkan bahwa 62,9 persen responden menilai Instagram @Tabu.id berpotensi menggugah minat mahasiswa untuk berdiskusi tentang penyakit menular seksual.

Tabel 10 Media Sosial Memanfaatkan Koneksi Ke Link Situs Lain
N = 62

| Penyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|------------------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 18 | 29% | 3,16% |
| 3 = Setuju | 36 | 58,1% | |
| 2 = Tidak setuju | 8 | 12,9% | |
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 10 menunjukkan bahwa 58,1% dari mereka yang menjawab polling menemukan bahwa halaman Instagram @Tabu.id menghubungkan berbagai jenis informasi penyakit menular seksual.

Tabel 11 Media Sosial Meyakinkan Orang Untuk Berkunjung
N = 62

| Penyataan | Frekuensi | Persentase | Rata-rata |
|-------------------|-----------|------------|-----------|
| 4 = Sangat setuju | 25 | 40,3% | |
| 3 = Setuju | 37 | 59,7% | |
| 2 = Tidak setuju | 0 | 0 | |

| | | | |
|------------------------------|----|------|-------|
| 1 = Sama sekali tidak setuju | 0 | 0 | 3,40% |
| Total | 62 | 100% | |

Tabel 11 menunjukkan bahwa 59,7 persen responden setuju bahwa akun Instagram @Tabu.id memuat postingan penyakit menular seksual yang memotivasi mahasiswa untuk mengikuti akun tersebut.

Tabel 12 Rata-Rata Per Dimensi

| TIDAK. | Ukuran | Rata-rata |
|--------|---------------|-----------|
| 1. | Partisipasi | 3,35% |
| 2. | Keterbukaan | 3,14% |
| 3. | Percakapan | 3,18% |
| 4. | Masyarakat | 3,34% |
| 5. | Keterhubungan | 3,28% |

Data pada tabel 12 menunjukkan bahwa dimensi partisipasi memiliki rata-rata paling tinggi dengan jumlah 3,35%. Dimana dimensi partisipasi memiliki pengaruh yang besar atas keefektivitasan media sosial akun Instagram @Tabu.id. Diikuti dengan dimensi masyarakat, kemudian dimensi keterhubungan, lalu dimensi percakapan dan dimensi keterbukaan yang memiliki pengaruh paling kecil dengan jumlah rata-rata 3,14%.

Tabel 13 Rerata per Indikator

| No. | Indikator | Rata-rata |
|-----|---|-----------|
| 1. | kontribusi dorongan media sosial | 3,48% |
| 2. | umpan dorong media sosial kembali | 3,23% |
| 3. | media sosial yang digunakan untuk menyampaikan komentar | 2,78% |
| 4. | media sosial yang digunakan untuk berbagi informasi | 3,50% |
| 5. | media sosial memberikan akses komunikasi dua arah | 2,98% |
| 6. | media sosial memberikan konten kepada audiens | 3,38% |
| 7. | media sosial digunakan untuk mengetahui kebutuhan masalah | 3,39% |
| 8. | media sosial digunakan untuk memenuhi kepentingan | 3,30% |
| 9. | media sosial memanfaatkan koneksi ke tautan situs lain | 3,16% |
| 10. | media sosial meyakinkan orang untuk berkunjung | 3,40% |

Tabel 13 menunjukkan bahwa indikasi media sosial paling populer untuk berbagi informasi memiliki rata-rata 3,50%. Untuk memenuhi kebutuhan informasi Komunikasi UNJ Angkatan 2019 dan 2020, penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan Instagram @Tabu.id jauh lebih berhasil dibandingkan platform media sosial lainnya. Sementara itu, media sosial digunakan untuk menyampaikan komentar memiliki indikator yang sangat minim pada efektivitas Instagram @Tabu.id sebagai media untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa akan informasi tentang penyakit menular seksual di kalangan mahasiswa tahun 2019 dan 2020 di UNJ.

4. KESIMPULAN

Instagram @Tabu.id terbukti efektif untuk memberikan informasi tentang penyakit menular seksual kepada mahasiswa tahun akademik 2019–2020 mendatang. temuan dari responden yang rata-rata setuju dengan enam pernyataan tentang dampak media sosial bagi kehidupan mereka (item kuesioner tentang partisipasi, keterbukaan, percakapan, masyarakat, dan keterhubungan).

Pada dimensi kelima, peningkatan nilai rata-rata adalah 3,0. Nilai rata-rata pada dimensi partisipasi adalah yang tertinggi 3,35 diikuti oleh dimensi masyarakat 3,34, dimensi keterhubungan 3,28, dimensi percakapan 3,18, dan dimensi keterbukaan 3,14 poin. Dapat ditarik kesimpulan bahwa komponen partisipasi memiliki pengaruh paling besar terhadap efektivitas media sosial Instagram @Tabu.id sebagai media pemenuhan informasi Mahasiswa Angkatan Komunikasi UNJ tahun 2019 dan 2020 tentang penyakit menular seksual, sedangkan dimensi keterbukaan memiliki pengaruh paling kecil. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ berpendapat bahwa Instagram @Tabu.id merupakan sumber yang berguna untuk mengumpulkan data tentang penyakit menular seksual.

Saran

Dengan tujuan memfasilitasi penelitian Setelah itu, saran potensial terkait studi diberikan. Itulah yang diharapkan para peneliti akan terjadi, dan sekarang mereka dapat memanfaatkan informasi ini dengan baik. Ada sejumlah besar sumber data media sosial yang mungkin tersedia untuk audiens yang lebih luas daripada hanya mahasiswa, serta item informasi dan ekspektasi dalam penelitian yang sekarang sulit diakses oleh mahasiswa.

5. REFERENSI

- Atmoko, D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (G. Azmi, Ed.; 1st ed.). KENCANA.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Erlianti, G. (2020). Pola Perilaku Pencarian Informasi Generasi Z Berperspektif Ellisian. *AL Maktabah*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29300/mkt.v5i1.3135>
- Kemas Kemkes. (2022, December 2). *Peringatan Hari AIDS Sedunia, Ini Penyebab, Kendala dan Upaya Kemenkes Tangani HIV di Indonesia*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <https://kesmas.kemkes.go.id/konten/133/0/peringatan-hari-aids-sedunia-ini-penyebab-kendala-dan-upaya-kemenkes-tangani-hiv-di-indonesia#>
- Kristianto, D. (2021, May 11). *Internet of Things (IoT) dan Industri 4.0: Peluang dan Tantangan Bagi Organisasi*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13902/Internet-of-Things-IoT-dan-Industri-](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13902/Internet-of-Things-IoT-dan-Industri-40-Peluang-dan-Tantangan-Bagi-Organisasi.html)
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal Competence*, 11(2), 217–225.
- Mayfield, A. (2008). *What Is Social Media? iCrossing*. http://crmexchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- Pawit, M. Y. (2004). *Teori dan Praktis Penelusuran Informasi: Informasi Retrieval*. Prenda Media Group.
- Pourkazemi, R., Janighorban, M., Boroumandfar, Z., & Mostafavi, F. (2020). A comprehensive reproductive health program for vulnerable adolescent girls. *Reproductive Health*, 17(1), 13. <https://doi.org/10.1186/s12978-020-0866-7>
- Puspita, N. A. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112–117. <https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.588>
- Sarasak, D. A. B. P., & Utami, L. S. S. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop. *Prologia*, 5(2), 277. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10177>
- Sari, M. P. (2017). FENOMENA PENGGUNAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMBELAJARAN AGAMA ISLAM OLEH MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS RIAU. *JOM FISIP*, 4(2), 1–13.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Sendjaja, S. D. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2nd ed.). Universitas Terbuka.
- Suwan. (1997). *Kebutuhan Pengguna Dalam Pencarian Informasi*. Rajawali Press.