

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Banyaknya permasalahan di Indonesia yang berhubungan dengan kesehatan reproduksi, ini ditimbulkan karena kurangnya informasi, pemahaman, dan bahkan kesadaran untuk memelihara kesehatan reproduksi. Hal ini tidak lain karena isu seputar seks merupakan isu yang cukup tabu untuk di bahas, terutama di ruang publik. Padahal, banyak sekali masyarakat yang berperilaku menyimpang seperti seks bebas yang menyebabkan kehamilan yang tidak direncanakan yang menyebabkan praktik aborsi, dan penyakit menular seksual lainnya.

Untuk itu, sangat diperlukan pengetahuan akan seks, seperti perawatan dan kebersihan alat reproduksi, proses reproduksi, dan dampak apa yang didapatkan jika berperilaku seks yang tidak bertanggung jawab dan tidak sehat (Iritanti & Herlina, 2012, hlm. 15). Mengutip dari data WHO pada tahun 2007, sebanyak 44% wanita dan sebanyak 70% pria, yang masih berusia remaja mengakui bahwa mereka pernah berhubungan seksual.

Hasil Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) pada tahun 2021 dengan mengangkat topik hubungan seksual pranikah, bahwa jumlah persentase wanita yang setuju untuk berhubungan seksual sebelum dilakukannya pernikahan sangat rendah di dibandingkan dengan para pria. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) pada tahun 2008 mengadakan survei yang melibatkan 33 provinsi di seluruh Indonesia menyatakan bahwa sejumlah 63% remaja di Indonesia telah melakukan berhubungan seksual sebelum dilakukannya pernikahan, sampai sejauh ini pengetahuan akan seks di Indonesia masih relatif rendah, bahkan di Indonesia, angka perilaku seks terbilang sangat meningkat terutama di kota besar (Handayani dkk., 2008).

(Helmi & Paramastri, 1998, hlm. 30) memaparkan bahwa pengetahuan akan seks membahas perilaku seksual yang mengutamakan upaya – upaya preventif agar terhindar dari penyakit menular seksual. Pengetahuan akan seks menurut Wildan dalam (Amrillah et al., 2006, hlm. 37) yakni pengetahuan tentang cara seseorang bertingkah laku, bertanggung jawab, serta mengetahui akibat apa yang diterima olehnya jika berbuat sesuatu, dan berdampak apa kepada pasangan dan banyak orang.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kita semua adalah makhluk sosial. Kita tidaklah bisa hidup seorang diri dan pastinya butuh bantuan dari orang lain. Dimulai pada saat kita dilahirkan sampai akhir hayat, sudah pasti kita membutuhkan bantuan dari siapapun itu, baik keluarga, sanak saudara maupun teman. Ini dapat dibuktikan dalam kehidupan sehari – sehari antar manusia yang memiliki hubungan antara satu sama lain (Suranto, 2011, hlm. 1).

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa apabila tidak berhubungan satu sama lain, seperti berbincang, berdiskusi, maupun saling tolong menolong. Ini dilakukan demi keberlangsungan hidupnya. Devito (1989 : 4) dalam (Liliweri, 1991, hlm. 12) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses dimana dikirim dan diterimanya informasi, bisa terjadi antara dua orang ataupun kelompok kecil dengan adanya beberapa pengaruh yang memungkinkan terjadi hubungan timbal balik.

Komunikasi ini terjadi karena adanya komunikator dan komunikan. Komunikasi interpersonal dapat dikatakan sebagai komunikasi yang sangat ampuh guna membentuk sikap ataupun pandangan hingga tindakan suatu individu sebab memiliki sifat yang terbuka dan komunikatif. (Liliweri, 1991, hlm. 12)

Menurut (DeVito, 2011, hlm. 256) Faktanya, komunikasi sudah menjadi bagian yang berpengaruh untuk kehidupan kita, terutama pada saat beraktifitas setiap harinya. Kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapapun, dimanapun, dan kapanpun tentunya dengan bantuan media komunikasi. Di era teknologi komunikasi seperti saat ini, manusia dapat dengan mudah berinteraksi. Bisa dengan cara tatap muka ataupun dengan menggunakan media yang ada (Suranto, 2011, hlm. 2)

Tanpa disadari, kita hidup berdampingan dengan media, terutama media sosial. Media sosial menjadi media yang diminati oleh khalayak belakangan ini,

terutama generasi milenial. Penggunaanya yang sangat praktis, dapat dimanfaatkan kapan pun dan di mana pun, menjadikan alasan kuat bahwa media sosial sangat disukai oleh khalayak untuk mencari informasi, membeli kebutuhan, atau bahkan sekadar hiburan di waktu senggang.

Penggunaan media sosial memberi dampak yang cukup signifikan bagi penggunanya seperti kemudahan dalam berkomunikasi, mencari informasi bahkan dijadikan sarana hiburan dan berbisnis. Terutama dalam penggunaan platform media sosial terpopuler saat ini yaitu Instagram. Instagram yang merupakan rancangan Kevin Systrom dan Mike Krieger ini, membawa banyak pengaruh yang sangat besar sejak dirilis 6 Oktober 2010 lalu (Anderson, 2016, hlm. 1). Aplikasi ini tidak semata-mata hanya untuk berbagi foto dan video, namun Instagram saat ini digunakan untuk berbisnis. Instagram tercatat memiliki 1 Miliar pengguna aktif pada Juni 2018, mengalahkan Facebook dan Snapchat. Dan seiring berjalannya waktu, pada kuartal I 2022, terjadi peningkatan penggunaan Instagram. Menurut data *Business of Apps* saat ini pengguna Instagram telah mencapai 1,96 miliar orang.

Berdasarkan data statistik Kominfo tahun 2017, di Indonesia terdapat 132 juta pengguna internet aktif yang bisa dikatakan bahwa jumlahnya sekitar 52% dari jumlah penduduk yang ada. Dapat disimpulkan, bahwa terdapat 129 juta pengguna internet di Indonesia yang memiliki akun media sosial aktif. Kominfo menyebutkan bahwa rata – rata pengguna tersebut menghabiskan waktunya 3,5 jam untuk mengonsumsi internet melalui gawai miliknya setiap hari.

Hal ini selaras dengan data statistik pengguna media sosial Instagram milik “katadata.co” yang mencatat bahwa pengguna media sosial Instagram dari berbagai kalangan dan berbagai umur di seluruh dunia. Pengguna aktif Instagram di Indonesia berjumlah 53 juta orang dan menempati peringkat ke-3 **Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Instagram Terbesar (Januari,2018)**. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram saat ini sangatlah besar.

Instagram yang kita gunakan saat ini berperan sebagai wadah untuk para penggunanya berinteraksi secara daring, tanpa dibatasi ruang dan waktu. Instagram tidak akan berkembang seperti sekarang jika tidak memiliki pengguna aktif seperti

para *influencer* dan pengikutnya. *Influencer* pun tidak akan berkembang jika tidak ada *platform* media sosial yang mewadahnya. Media sosial dan *influencer* dapat dikatakan seperti satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

(Poo dan Chia, 2009) dalam (Foong & Yazdanifard, 2014, hlm. 37) mengatakan bahwa *Influencer* menjadi pemimpin opini yang hebat karena mereka memiliki banyak pengikut dan pengaruh besar terhadap penggemar mereka. Saat ini, mereka bukan individu yang dapat di kagumi saja tetapi dapat menjadi individu yang dapat di tiru. Ini sering terjadi di kalangan anak muda, saat ini mereka dengan mudahnya mengikuti *influencer* unggulan mereka di berbagai macam *platform* media sosial.

Tidak semua orang bisa menjadi *influencer*, harus yang berpengetahuan luas dan mengetahui spesialisasinya di bidang apa, seperti *fashion, beauty, automotive, technology, education* dan masih banyak lagi. *Influencer* dapat disebut sebagai orang yang aktif di media sosial, memiliki banyak pengikut dan mempunyai kekuatan untuk memengaruhi para pengikutnya.

*Influencer* juga mempunyai kekuatan untuk memengaruhi dan membangun kesadaran tertentu. Mereka berperan penting karena dapat mengubah dan membentuk massa dalam memandang konten tertentu (Foong & Yazdanifard, 2014, hlm. 37).

Media sosial bukan sekedar *platform* yang digunakan oleh para *influencer* untuk membagikan keseharian mereka kepada para penggemarnya, tetapi telah berkembang menjadi sesuatu yang luar biasa. Kini media sosial digunakan sebagai wadah untuk menyuarakan pendapatnya ke media. Pengaruh mereka tak tergoyahkan, bahkan postingan mereka di media sosial bisa menjadi berita utama di halaman majalah dan berita (Foong & Yazdanifard, 2014, hlm. 37).

Sebuah survei yang diadakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI) pada tahun 2017 menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia sebanyak 89% menggunakan internet untuk *chatting*, dan 87% menggunakannya untuk mengakses media sosial. Masyarakat menilai, dengan adanya media sosial mereka dapat mengekspresikan dirinya dengan berbagi apa yang mereka sukai dan

juga mengubah cara mereka berkomunikasi antar satu dan yang lainnya (Nurhandayani et al., 2019, hlm. 2)

Pemilihan media sosial Instagram ini berdasar kepada faktor objek dan subjek penelitian tersebut, yaitu *influencer* dan para pengikutnya. Mula – mula peneliti melakukan survei melalui akun Instagram pribadi, sehingga akhirnya peneliti memutuskan untuk seorang *influencer* yang sesuai dengan kriteria untuk peneliti jadikan objek penelitian dan peneliti juga menjadikan pengikut dari *influencer* tersebut sebagai bagian dari responden penelitian. Saat ini, membicarakan hal – hal tabu, seperti edukasi seks menjadi marak diperbincangkan Indonesia, khususnya dalam media sosial Instagram.

Pemilik akun Instagram @catwomanizer bernama asli Andrea Gunawan yang terkenal di *platform* media sosial Instagram dan Twitter. Andrea Gunawan yang kerap disapa “Dea” mulai dikenal di media sosial karena ia seorang *influencer* yang merangkap sebagai *sexual health activist* dan *healthy relationship speakers*. Melalui konten yang diunggah ke Instagramnya, Andrea seringkali membahas topik – topik yang sesuai dengan spesialisasinya yaitu seputar kesehatan seksual dan hubungan yang sehat bersama para pengikutnya.

Disinilah komunikasi antara *influencer* dan pengikutnya terjalin. Interaksi yang terjadi antara *influencer* dan pengikutnya dapat menghasilkan komunikasi yang berdampak positif jika komunikasi tersebut efektif. Disini *influencer* berperan sebagai komunikator dan pengikutnya berperan sebagai komunikan.

Edukasi seputar kesehatan seks yang dilakukan oleh Andrea Gunawan dapat dikatakan sebagai hal yang baru. Sangat disayangkan, masyarakat masih beranggapan jika membicarakan seks secara terang – terangan itu tabu dan bahkan dianggap sebagai tindakan amoral. Anggapan seperti ini, menyebabkan informasi seputar seks yang dilakukan secara sehat dan benar kurang dipahami oleh masyarakat. Hal ini tentu menimbulkan banyaknya perilaku seks bebas yang tidak sehat karena kurangnya pemahaman akan seks yang aman (Martin, 1992). Namun saat ini keadaan perlahan berubah, nilai – nilai sosial yang sebelumnya dianggap sebagai hal tabu

untuk dibahas khususnya perbincangan seputar seks, malah dijadikan pembahasan untuk diangkat ke ruang publik seperti Instagram.

Alasan peneliti memilih pemilik akun Instagram @catwomanizer untuk dijadikan subjek penelitian yakni; Pertama, pemilik akun Instagram @catwomanizer merupakan seorang *sexual health activist* wanita yang cukup aktif di Instagram untuk membahas hal – hal yang dianggap cukup tabu di Indonesia seperti membahas tentang seks.

Kedua, dilihat dari konten apa saja yang dibahas pada akun Instagramnya, dapat dinilai sebagai hal cukup tabu oleh kalangan masyarakat, sosok pemilik akun Instagram @catwomanizer seringkali mengedukasi para pengikutnya mengenai pengetahuan akan seks.

Ketiga, jika ada isu hangat yang sesuai dengan spesialisasinya, seperti edukasi seks, *relationship* , *parenting* dll. Pemilik akun Instagram @catwomanizer selalu mengangkat topik tersebut sebagai tema untuk dijadikan sesi “*real talks*” untuk dibahas bersama para pengikutnya. Disini para pengikutnya bisa berkonsultasi mengenai hal – hal yang dialami mereka melalui *direct messages* Instagram. Pemilik akun Instagram @catwomanizer dan para pengikutnya kerap melakukan komunikasi interpersonal melalui media sosial.

Keempat, mengangkat dari sesi “*real talks*”- nya, pemilik akun Instagram @catwomanizer kerap mengunggah ulang untuk dijadikan konten, tentunya atas persetujuan pihak yang bersangkutan. Setelah diunggah ulang untuk dijadikan konten, disini @catwomanizer melakukan sesi diskusi dengan para pengikutnya. Dalam hal ini, komunikasi interpersonal antara *influencer* dan pengikutnya terjalin.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang permasalahan yang telah peneliti paparkan di atas, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara sikap keterbukaan terhadap pengetahuan seks pengikut akun Instagram *influencer* @catwomanizer?

2. Apakah terdapat hubungan antara sikap empati terhadap pengetahuan seks pengikut akun Instagram *influencer @catwomanizer*?
3. Apakah terdapat hubungan antara sikap mendukung terhadap pengetahuan seks pengikut akun Instagram *influencer @catwomanizer*?
4. Apakah terdapat hubungan antara sikap positif terhadap pengetahuan seks pengikut akun Instagram *influencer @catwomanizer*?
5. Apakah terdapat hubungan antara sikap kesetaraan terhadap pengetahuan seks pengikut akun Instagram *influencer @catwomanizer*?
6. Apakah terdapat hubungan antara komunikasi interpersonal dengan pengetahuan seks pengikut akun Instagram *influencer @catwomanizer*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan apa yang peneliti jelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara sikap keterbukaan dan pengetahuan seks pada pengikut akun Instagram @catwomanizer.
2. Untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara sikap empati dan pengetahuan seks pada pengikut akun Instagram @catwomanizer.
3. Untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara sikap mendukung dan pengetahuan seks pada pengikut akun Instagram @catwomanizer.
4. Untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara sikap positif dan pengetahuan seks pada pengikut akun Instagram @catwomanizer.
5. Untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara sikap kesetaraan dan pengetahuan seks pada pengikut akun Instagram @catwomanizer.
6. Untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara komunikasi interpersonal Andrea Gunawan dengan pengetahuan seks pada pengikut akun Instagram @catwomanizer.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini, baik secara segi teoritis, segi kebijakan dan segi praktis, yaitu:

##### - Segi Teoritis

Secara teoritis, peneliti mengharapkan agar nantinya penelitian ini bisa bermanfaat bagi masyarakat sekitar, juga dapat memberikan informasi kepada civitas akademik Universitas Pendidikan Indonesia, khususnya pada program studi Ilmu Komunikasi mengenai hubungan komunikasi interpersonal *influencer*. Selain itu juga mengenai pengetahuan seks.

##### - Segi Kebijakan

Selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pemangku kepentingan terkait, seperti Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Institusi keguruan dan Ilmu Pendidikan. Penelitian ini juga diharapkan supaya bisa meningkatkan kepedulian serta kesadaran masyarakat terhadap pengetahuan akan seks. Juga diharapkan dapat dijadikan referensi bagi berbagai pihak yang memiliki spesialisasi di dalam bidang edukasi seks.

##### - Segi Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan untuk riset setelahnya. Peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pengetahuan akan seks. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, para *influencer* terus berkreasi dan mengedukasi masyarakat, karena bagaimanapun para *influencer* memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat.