

**Persepsi Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Indonesia
Pengguna Media Sosial Terhadap Konten Akun Kesehatan Di Instagram**

(Studi Kasus Pengguna Akun @Infia_Health dan @Tanya_Dokter)



NASKAH PUBLIKASI

Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan
Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nandra Nurdiyanto
1121070

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A.
0505068902

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

NASKAH PUBLIKASI

NASKAH PUBLIKASI

**PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN UII
TERHADAP KONTEN AKUN KESEHATAN DI INSTAGRAM**

(Studi Pada Mahasiswa “Fakultas Kedokteran UII” Pengguna Akun
@Infia_Health dan @Tanya_Dokter Di Instagram)

Disusun Oleh:

Nandra Nurdianto
11321070



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan
di hadapan tim penguji

Tanggal: 28 AUG 2018

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nadia Wasta Utami', is placed above the printed name of the supervisor.

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A.
NIDN: 0505068902

Perception of FK UII Students Social Media Users Against Health Account

Content on Instagram

(Study Case of @Infia_Health Account Users and @Tanya_dokter)

Nandra Nurdiyanto

Student Communication Studies FPSB UII, completed a study in 2018

Nadia Wasta Utami , S.I.Kom., MA.

Lecturer in Communication Studies Program FPSB UII

Abstract

This research is motivated by the development of technology, especially social media as a new dimension in meeting the needs of information and knowledge about health. The social media is Instagram social media which contains an @infia_health account and @tanya_dokter in which it discusses information and health tips that are packaged by presenting images and information. The purpose of this study was to determine the perception of UII medical faculty students on @infia_health and @tanya_dokter accounts and to find out the factors that influence UII medical faculty students in perceiving @infia_health accounts and @tanya doctors on instagram.

The concept framework used in this study is the perception of health accounts on Instagram social media. While the research method used is a qualitative descriptive research method which is carried out by direct interviews with each resource person. The findings in this study are all interviewees acknowledge and follow the kesetahan account. According to the informant, the delivery of information is interestingly packed with pictures, making it easier for the audience to understand and capture the information. In addition, according to the informant, the material provided was interesting and informative. But the information provided by the account sometimes does not include sources.

The results of this study are, @infia_health and @tanya_dokter's health accounts have the benefit of increasing public information and knowledge on health. But on the other hand the resource person could not immediately believe the information provided without mentioning the source, so it was necessary to look for journals to prove the truth of the information. Factors that influence the perception of medical students are internal factors namely attention, mood and external factors, namely the design and intensity of the account in posting information. Factors that influence the perception of medical students are internal factors namely attention, mood and external factors, namely the design and intensity of the account in posting information.

Key word: perception, health account, @infia_health, @tanya_dokter

PENDAHULUAN

Perkembangan internet di Indonesia sendiri telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat melalui data survey yang telah dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara jaringan internet Indonesia (APJII) sepanjang tahun 2016 yang menemukan bahwa 132.7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet, dari total penduduk Indonesia sebanyak 256.2 juta orang. Dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2014 lalu, hanya ada 88 juta pengguna internet. Berdasarkan hal tersebut mengindikasikan kenaikan 51,8% dibandingkan 2014 lalu. (Widiartanto, Yoga H. 2016, pengguna Internet di Indonesia Capai 123 Juta. <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. Akses: 31 Januari 2017).

Menurut berita *online* yang ditulis oleh Ketut Krisna Wijaya (2016) Indonesia adalah pengguna Instagram terbanyak ketiga di dunia. Pada berita online tersebut terdapat data yang menunjukkan bahwa 85% pengguna *Instagram* di Indonesia berada dalam rentang umur 18 – 34 tahun. Media sosial tersebut sebagai media yang tepat untuk memenuhi kebutuhan informasi. Temuan lain yang dilakukan oleh TNS, sebuah lembaga riset dari Inggris mengenai studi “pengguna *Instagram* di Indonesia menyatakan bahwa 59% adalah anak muda usia 18 – 24 tahun yang terdidik dan mapan (Edwin, Yoseph “Instagram Beberkan Fakta-Fakta Pengguna Di Indonesia.” <https://beritagar.id/artikel/sains-teknologi/instagram-beberkan-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia>. Diakses: 31 Januari 2017) Pada usia 18 – 24 tahun merupakan remaja yang sedang menempuh pendidikan perguruan tinggi atau mahasiswa. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa pengguna Instagram didominasi oleh kalangan mahasiswa.

Informasi yang dapat diperoleh melalui internet sangat beragam, tidak hanya terkait infotainment, politik, hiburan, tragedi, melainkan juga informasi terkait kesehatan. Dengan mengetahui informasi dan pengetahuan terkait kesehatan merupakan upaya untuk menjaga kesehatan. Penyebaran informasi kesehatan kini tidak hanya dalam bentuk web, artikel namun juga dalam bentuk gambar maupun video dalam media sosial sehingga memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan informasi kesehatan dan memberikan kepuasan dalam menggunakan media sosial. Hal ini dapat dilihat dari *The Social Life of Health Information*, menyebut bahwa 61% dari orang dewasa itu mencari informasi kesehatan melalui media sosial secara online. (Fox, Susannah and Jones Sydney. “ *The Social Life of Health Information*”. <http://www.pewinternet.org/2009/06/11/the->

[social-life-of-health-information/](#). Akses 31 Januari 2017). Saat ini media sosial telah menjadi pilihan utama sebagai sumber informasi yang mudah dan murah. Melalui media sosial masyarakat, pasien, dan profesional kesehatan dapat berkomunikasi tentang masalah kesehatan.

Informasi kesehatan kini disampaikan dalam bentuk penyampaian yang beragam, terutama dalam media social Instagram yang banyak menggunakan gambar maupun video. Instagram merupakan aplikasi akun social media dengan yang memfokuskan diri sebagai media berbagi foto maupun video. Sebuah akun kesehatan yang terdapat di instagram yaitu akun @infia-Health dan juga @tanya_dokter memberikan informasi seputar kesehatan dalam bentuk foto atau gambar. Informasi kesehatan yang disuguhkan dalam akun media sosial ini dengan kesehaan psikologi, kandungan, manfaat buah dan sayur, reproduksi, tips kecantikan dan kesehatan kulit. Hal ini dapat berkaitan dengan teori Hegemoni media, dimana kekuatan media masa dapat mempengaruhi masyarakat pengguna social media melalui ide-ide yang dituangkan dalam berbagai bentuk penyajian informasi sehingga membuat masyarakat tertarik dan penasaran untuk ingin tahu lebih banyak lagi. (“Sehat Ala Infia Health. <https://www.kompasiana.com/christinamartha/55ff849d5c7b61501189a8b0/sehat-ala-infia-health>. Akses 31 Januari 2017).

Penulis memilih akun infia_health dan Tanya_Dokter karena Informasi kesehatan yang diposting oleh kedua akun tersebut menggunakan desain yang berbeda dengan informasi kesehatan dari sumber lain. Untuk mendapatkan informasi kesehatan yang diposting oleh akun tersebut, seseorang hanya perlu memfollow lalu secara otomatis mereka akan selalu mendapatkan informasi kesehatan yang diposting oleh infia_helath dan tanya_dokter. dalam satu hari akun tersebut dapat memberikan lebih dari lima kali informasi kesehatan yang berbeda. Informasi yang diberikan juga sangat ringkas, mudah dipahami dan tersaji dalam bentuk gambar. Melalui sebuah gambar masyarakat akan lebih tertarik dan mudah untuk mengingat informasi dan tips kesehatan yang diposting. Karena akun ini merupakan media sosial, maka masyarakat juga dapat memberikan tanggapan dan berdiskusi mengenai postingan kesehatan pada akun ini.

Banyaknya antusiasme atau keingintahuan masyarakat terhadap informasi kesehatan dapat kita lihat pada jumlah pengikut akun @infia_health yang memiliki 890k follower sedangkan untuk akun @tanya_dokter memperoleh follower 1,3k (instagram, Infia_Health dan tanya_dokter, 18 Maret 2018, 13:30 WIB). Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin melakukan penelitian dengan mengangkat tema “bagaimana

persepsi masyarakat khususnya “Mahasiswa jurusan Kedokteran terhadap pengguna akun kesehatan Infia_health dan tanya_dokter”. Bagi orang awam yang tidak mengerti atau mempelajari ilmu terkait kesehatan tentunya tertarik untuk mengikuti akun infia_health dan Tanya_dokter karena keingintahuannya. Namun penulis memilih mahasiswa jurusan kedokteran sebagai sumber penelitian ini karena mahasiswa kedokteran memiliki latar belakang ilmu pengetahuan mengenai kesehatan sehingga penulis ingin mengetahui persepsi mahasiswa terhadap dua akun infia_health dan Tanya_dokter tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut Penulis harus melakukan observasi penelitian langsung mengenai persepsi masyarakat terutama mahasiswa terhadap infia_helth dan tanya_dokter.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam melakukan sebuah penelitian, tidak terlepas dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai referensi adalah: “Persepsi Komunikasi Pengguna Media Sosial Pada Blackberry Messenger Twitter dan Facebook Oleh Siswa SMAN 1 Tahuna”, “Persepsi followers Tentag Alor Dalam Akun Instagram @Zoomalor”, dan “Persepsi Mahasiswa di Surabaya Terhadap Akun Lingkar Ganja Nusantara (LGN) Dalam Situs Jejaring Sosial Facebook”. Berdasarkan dari ketiga penelitian tersebut pada dasarnya hampir sama menggunakan teori persepsi dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan pada penelitian pertama terletak pada subjek dan objek penelitian, selain itu perbedaan terletak pada teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu.

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan interpretasi adalah inti dari persepsi, proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2010:180). Oleh karena itu kita memiliki kesan terhadap apa yang ditangkap oleh indra kita (pengelihat, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecap) di lingkungan sekitar; benda, situasi, orang, maupun peristiwa. Mulyana (2010:181) mengatakan bahwa proses persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita, atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirim oleh indra pengelihat, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecap menuju ke otak, kemudian pesan yang sampai ke otak mulai dipelajari yang disebut dengan atensi, sehingga

setelah seseorang melakukan atensi terhadap pesan-pesan yang dikirimkan indra ke otak terbentuklah suatu interpretasi.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Menurut Rakhmat, 2012). Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensori stimuli). Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. Sedangkan menurut Pareek (dalam Sobur, 2003 :451) persepsi adalah proses menyeleksi, menerima, mengorganisir, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi terhadap rangsangan panca indra dan data.

Menurut Sobur sendiri (2003:445). persepsi adalah menerima atau mengambil, dalam arti sempit adalah pengelihatan yaitu bagaimana cara seseorang dalam melihat sesuatu sedangkan dalam pengertian luasnya adalah pandangan atau pengertian, yang artinya bagaimana seseorang dalam memandang atau mengartikan sesuatu. Pada dasarnya persepsi merupakan proses yang terdiri dari pengamatan seseorang mengenai suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain dan saling berhubungan, berkomunikasi dan berkerjasama.

Alex Sobur (2003:447) dalam buku psikologi umum menjelaskan terdapat tiga komponen utama dalam proses persepsi yaitu seleksi, interpretasi, reaksi. Persepsi seseorang memegang peran yang aktif dalam menanggapi stimulus dengan rangsangan yang mengenainya seperti motivasi, sikap serta pengalaman individu tersebut. Dalam melakukan persepsi terhadap dunia luar, individu menerima rangsangan dari alat indra dan melakukan pengamatan untuk mengartikan rangsangan tersebut. Untuk melakukan proses pengamatan diperlukan objek yang diamati indra dengan baik, dan langkah pertama dalam proses pengamatan adalah adanya perhatian. Persepsi pada umumnya adalah sudut pandang seseorang atau individu terhadap suatu objek yang dapat mempengaruhi respons dan tindakan seseorang.(Walgito, 2010).

Berdasarkan pendapat para ahli yang dikemukakan diatas, dapat dijelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengindraan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu. sering dimaknakan dengan pendapat, sikap, penelitian, perasaan dan lain-lain.

Menurut Mulyana (2010) persepsi terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia sering

dijumpai persepsi sosial, meskipun kadang-kadang manusia disebut juga objek. Perbedaan antara kedua persepsi tersebut yaitu persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan non verbal, menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif harapan, dsb)

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mampu mempengaruhi persepsi yang terdapat dalam diri individu, mencakup beberapa hal yaitu, Fisiologis, informasi diterima melalui alat indra selanjutnya informasi yang didapat akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan makna terhadap lingkungan disekitarnya. Perhatian (atensi), seseorang membutuhkan sejumlah energi untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek. Minat, suatu persepsi terhadap objek beragam tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakan untuk mempresepsi, Kebutuhan yang searah, Pengalaman dan ingatan dan suasana hati.

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah, Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus, warna dari obyek-obyek, keunikan dan kekontrasan stimulus, Intensitas dan kekuatan dari stimulus dan Motion atau gerakan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) yaitu penelitian yang dilakukan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subyek penelitian. misalnya, persepsi, perilaku, motivasi, tindakan secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sehingga dalam penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran isi laporan penelitian. Hasil dari wawancara, catatan lapangan, foto, dokumentasi pribadi, memo atau catatan dan dokumentasi resmi lainnya merupakan data penelitian. Sedangkan menurut Sugiono (2010:15). Bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, kegunaan untuk peneliti pada

kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya yaitu eksperimen) yang mana peneliti menjadi instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif ini akan lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut Sukmadinata (2009:53-60), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok. Sedangkan penelitian deskriptif bertujuan untuk mendefinisikan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya. Sedangkan metode deskriptif yaitu suatu model dalam meneliti status kelompok manusia, kondisi, objek, sistem pemikiran maupun peristiwa pada masa saat ini.

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif menggunakan sistem analisis yang memiliki data berupa kata-kata secara tertulis maupun lisan dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang disebut narasumber, selain itu penelitian kualitatif secara deskriptif digunakan untuk meneliti sebuah kondisi yang alamiah seperti fenomena sosial, perilaku dan persepsi.

TEMUAN PENELITIAN

Temuan penelitian dari hasil interview dengan 18 narasumber mahasiswa fakultas kedokteran UII sebagai berikut:

- A. Persepsi mahasiswa Kedokteran Universitas Islam Indonesia terhadap postingan akun @infia_health.

Dalam konten akun @infia_health terdapat beberapa aspek seperti bagaimana cara menjaga kesehatan sehari-hari, indikasi suatu penyakit dan penanganan ketika terserang suatu penyakit. Mungkin tidak hanya itu saja dengan adanya akun @infia_health bisa memberikan suatu informasi yang penting terhadap pencegahan suatu penyakit ataupun pengetahuan mengenai kesehatan untuk masyarakat dan sekaligus dapat menjadi tolak ukur untuk menanggapi dan mempersepsikan informasi yang diupload oleh akun @infia_health.

Dalam hal ini peneliti berharap bisa mengetahui persepsi mahasiswa kedokteran UII terhadap isi atau informasi yang di berikan oleh akun @infia_health. dengan berbagai pendapat atau saran dari para narasumber serta bagaimana tanggapan mereka terhadap konten atau informasi yang ada diinstagram. Setelah peneliti

melakukan wawancara langsung dengan para narasumber, peneliti menemukan jawaban mengenai tanggapan dari para narasumber yang berbeda-beda.

Tanggapan dari narasumber 1 Reza Ishak Estiko, mahasiswa kedokteran UII angkatan 2017. Menurut narasumber akun @infia_health dapat menambah pengetahuan awal, atau brainstorming. *“kalau dilihat-lihat, pertama itu lumayan untuk menambah pengetahuan awal atau brainstorming meskipun tidak bisa digunakan pada saat kuliah nanti”* (Reza, 25 Mei 2018). Selain itu, narasumber bernama Bagus mengikuti akun @infia_health karena di dalam akun tersebut memberikan informasi-informasi seputar kesehatan secara umum. *“Iya, disitu kan shareing informasi kedokteran, maksudnya informasi kesehatan secara umum, jadi saya ikutin”* (Bagus, 22 Mei 2018). Tidak hanya narasumber Reza Iskhah Estiko dan Bagus saja, secara keseluruhan, semua narasumber mengikuti akun @infia_health untuk menambah pengetahuan dan informasi seputar kesehatan.

Dihat dari segi penggunaannya penggunaan akun @infia_health, ada beberapa narasumber lebih menyukai dan sering menggunakan akun @infia_health, narasumber tersebut ialah Izzati Filza, Lutfi Safitri, Jasmine Aisyah, Syafira, Ramdhan Abdul, Muhammad Irvan Rimbadi, dan Izkia Azura. Menurut Narasumber Izzati Filza yang lebih cenderung menyukai akun tersebut karena tampilan dan informasi yang diberikan bagus dan tidak basa-basi *“kalau yang saya sukai infia_health, karena tampilannya bagus terus apa ya,, enggak kaya basa basi gitu”* (Izzati, 26 Juni 2018). Selain Izzati Filza ada Jasmine Aisyah, Syafira dan Izkia Azura yang lebih suka mengonsumsi akun @infia_health karena informasi yang diberikan berupa gambar dan pernyataan terkait informasi kesehatan.

Namun pada narasumber Lutfi Safitri dan Muhammad Ivan Rimbadi memiliki argument yang berbeda dengan narasumber lain terkait alasan narasumber lebih suka terhadap akun @infia_health. Menurut Lutfi Safitri, ia lebih tertarik dengan infia_health karena lebih enak dilihat, *“karena dari segi desainnya lebih enak dilihat, jadi lebih tertarik untuk di stalking untuk lebih tahu”* (Lutfi, 19 Mei 2018). Sedangkan menurut Muhammad Ivan Rimbadi memandang dari segi desain dan isi informasi, bahwa information box nya sedernaha dan enak dibaca dan mengangkat tema keseharian terutama tentang mitos-mitos kesehatan di masyarakat *“tampilan information box nya juga enak kaya gitu, terus biasanya akun ini mengangkat tema keseharian. Itu jadi lebih enak dibaca karena biasanya kan permasalahan di*

masyarakat itu kan kadang ada mitos-mitos dan kadang-kadang akun infia_health juga bahas, jadi seru. Kaya gitu” (Muhammad Ivan, 19 Mei 2018).

Menurut narasumber, Akun @tanya_dokter memiliki manfaat yaitu untuk menambah pengetahuan atau informasi terkait kesehatan. Hampir seluruh narasumber merasa bahwa postingan akun @tanya_dokter memberikan tambahan informasi, narasumber tersebut adalah Reza Ishak, Bagus, Daeng Catur, Miya, Izzati Filza, Lutfi Safitri, Jasmin Aisyah, Indah Wira, Safira, Muhammad Lutfi, Rama Caakra Negara, Ramdhan Abdul, Muhammad Ivan, Iskia Azura, Siska dan Firdia Bidari. Berikut dua kutipan dari pendapat narasumber yang memiliki kesamaan, *”ini aja sih mas, untuk mendapatkan informasi baru dan menjadi pembenaran yang salah” (Jasmin Aisyah, 15 Mei 2018).* Pendapat lainnya adalah *”mengetahui informasi-informasi yang baru tentang kesehatan” (Indah Wira Syafitri, 15 Mei 2018)*

Perbedaan pendapat disampaikan oleh Andika suryo yang mengaku bahwa akan lebih bisa menjaga perilaku kesehatan dan mengatur gaya idup (Andika Suryo, 17 Mei 2018). Andika suryo cenderung melakukan aplikasi pada kehidupannya terkait informasi yang ia peroleh. Pendapat narasumber lain yaitu Muhammad Fadrin mengatakan *”dapat lebih kritis dalam meneanggapi suatu konten”* dalam hal ini, narasumber berhati-hati pada informasi yang akan ia konsumsi.

Persepsi berdasarkan sudut pandang dari segi desain, menurut hasil wawancara dengan mahasiswa kedokteran sebagian besar narasumber cenderung tertarik dengan gambar yang riil dan penyajian dalam bentuk ringkasan atau pernyataan dalam satu konten informasi. Narasumber tersebut ialah Bagus, Mia, Izzati Filza R, Jasmin Aisyah, Indah Wira S, Safira, Muhamad Fadrin H, Iskia Azura dan siska. Dari beberapa narasumber tersebut, memiliki pernyataan yang sama dengan pendapat iskia azura yang mengatakan bahwa informasi yang disajikan oleh infia_health menggunakan gambar riil dan ringkasan *”kalau yang infia_health itu udah langsung pernyataan digambar gitu. Jadi tidak repot-repot baca caption terus terkait desain gambar nya itu lebih nyata” (Izkia, 19 Mei 2018).*

Menurut narasumber lain yang tidak jauh berbeda dengan pernyataan diatas, yaitu Reza Ishak E, Daeng Catur, Lutfi Safitri, Muhammad Lutfi, Rama Cakra N, Ramdhan abdul dan Muhammad Ivan R. menyatakan bahwa gambar yang ditampilkan bersifat informative dan sesuai dengan tema yang disampaikan sehingga khalayak lebih cepat menerima dan memahami informasi akun tersebut. Salah satu nya adalah pernyataan narasumber Rama Cakra Negara *”penyampaian informasinya sih mungkin*

lebih ke ininya ya, di gambarnya sih kalau menurut saya. Gambarnya itu lebih memudahkan si pembaca untuk mengerti. Ya karena memang saya pribadi lebih mudah mengerti kalau ada gambarnya, gitu mas” (Rama Cakra, 19 Mei 2018).

Dari segi Bahasa yang digunakan untuk menyampaikan informasi kesehatan oleh akun infia_health, menurut narasumber secara keseluruhan berpendapat bahwa Bahasa yang digunakan adalah Bahasa yang umum, ringan, singkat dan jelas sehingga mudah dipahami oleh kalangan masyarakat. Pernyataan tersebut disampaikan oleh semua narasumber kecuali Jasmine Aisyah yang tidak mengomentari terkait penggunaan Bahasa dalam akun infia_health. Salah satu narasumber yang menyatakan hal tersebut adalah Ramdhan Abdul *“kalau infia_health itu kan, dia bahasanya lebih mengalir gitu mas, bacanya bisa cepat untuk dicerna”*(Ramdhan Abdul, 17 Mei 2018).

Dalam sebuah penyebaran informasi terutama dalam hal kesehatan, keakuratan atau validitas isi informasi merupakan hal yang sangat penting. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber banyak yang mengkritik terkait pencantuman sumber informasi pada akun infia_health. Akun tersebut sering memposting informasi seputar kesehatan namun jarang memberikan sumber informasi tersebut sehingga membuat masyarakat atau pembaca kurang meyakini akan kebenarannya informasi tersebut. Narasumber yang mengatakan hal tersebut adalah Reza Ishak Estiko *“kekurangannya tidak menacantumkan sumber-sumber kayak misal buku atau jurnal, jadi kalau dikasi itu lebih baik. Jadi mahasiswa kedokteran itu bisa menggunakan itu saat diskusi tutorial nanti”*. Selain itu pendapat narasumber lain yang sependapat dengan Reza Ishak Estiko adalah Daeng Catur, Miya, Izati Filza R, Jasmine Aisyah, Safira, Andika Suryo, Rama Cakra Negara, Muhammad Fadrin Haryadi, Muhammad Ivan Rimbadi, Iskia Azura dan siska.

Secara keseluruhan menurut hasil wawancara dengan narasumber mahasiswa fakultas kedokteran, beberapa narasumber Reza Ishak Estiko, Bagus, dan Andika Suryo bahwa konten pada akun infia_health bersifat informatif *“sudah cukup informatif dengan apa yang ada di konten”* (Reza Ishak E, 25 Mei 2018). Selain itu beberapa narasumber lain menyebutkan bahwa kontennya menarik dan simple, salah satunya adalah narasumber Muhammad Ivan Rimbadi *“Kalau menurut saya desainnya kok menarik yang infia_health ya, tidak tau kenapa kok kaya lebih simple tapi kaya memicu orang untuk baca, gitu”* (Muhammad Ivan, 19 Mei 2018).

B. Persepsi Mahasiswa Kedokteran Universitas Islam Indonesia Terhadap Postingan Akun @tanya_dokter.

Pada konten akun @tanya_dokter terdapat beberapa aspek seperti bagaimana cara menjaga kesehatan sehari-hari, indikasi suatu penyakit dan penanganan ketika terserang suatu penyakit. Mungkin tidak hanya itu saja dengan adanya akun @tanya_dokter bisa memberikan suatu informasi yang penting terhadap pencegahan suatu penyakit ataupun pengetahuan mengenai kesehatan untuk masyarakat dan sekaligus dapat menjadi tolak ukur untuk menanggapi dan mempersepsikan informasi yang diupload oleh akun @tanya_dokter.

Dalam hal ini peneliti berharap bisa mengetahui persepsi mahasiswa kedokteran UII terhadap penggunaan, desain, bahasa, sumber dan konten. yang di tampilkan oleh akun @tanya_dokter dengan berbagai pendapat dari para narasumber serta bagaimana tanggapan mereka. Setelah peneliti melakukan wawancara langsung dengan para narasumber, peneliti menemukan jawaban dari para narasumber yang berbeda-beda. Berikut pernyataan yang sudah berhasil dikumpulkan oleh peneliti terkait persepsi mahasiswa kedokteran UII terhadap postingan akun @tanya_dokter.

Tanggapan dari narasumber 1 Reza Ishak Estiko, mahasiswa kedokteran UII angkatan 2017. Menurut narasumber akun @infia_health dapat menambah pengetahuan awal, atau brainstorming. *“kalau dilihat-lihat, pertama itu lumayan untuk menambah pengetahuan awal atau brainstorming meskipun tidak bisa digunakan pada saat kuliah nanti”* (Reza, 25 Mei 2018). Selain itu, narasumber bernama Bagus mengikuti akun @infia_health karena di dalam akun tersebut memberikan informasi-informasi seputar kesehatan secara umum. *“Iya, disitu kan shareing informasi kedokteran, maksudnya informasi kesehatan secara umum, jadi saya ikutin”* (Bagus, 22 Mei 2018). Tidak hanya narasumber Reza Iskhah Estiko dan Bagus saja, secara keseluruhan, semua narasumber mengikuti akun @infia_health untuk menambah pengetahuan dan informasi seputar kesehatan.

Dilhat dari segi penggunaannya pada akun @tanya_dokter, ada beberapa narasumber lebih menyukai dan sering menggunakan akun @tanya_dokter. narasumber tersebut ialah Reza Ishak Estiko, Bagus, Daeng Catur, Miya, Indah Wira Syafitri, Andika Suryo, Muhammad Fadrin Hariyadi, Siska dan Fridia Bidari. Menurut Narasumber Reza lebih cenderung menyukai akun tersebut karena tampilannya lebih enak dan ada pendapat ahlinya. *“Pertama saya suka karena ampiannya lebih enak ya,*

terus juga...yaitu, ada pendapat ahlinya”(Reza, 25 Mei 2018). Selanjutnya menurut Bagus lebih suka menggunakan akun @tanya_dokter karena isi kontennya lebih menarik *“karena dari segi isi konten lebih menarik tanya_dokter mas”(Bagus, 22 Mei 2018).*

Selain itu menurut Daeng Catur lebih suka menggunakan akun @tanya_dokter karena dapat mengetahui sisi lain dan menguasai ilmu kedokteran *“mengetahui sisi lanjutan dari ilmu-ilmu kedokteran itu dan menguasai ilmu-ilmu yang berkaitan dengan kesehatan”(Daeng, 27 Mei 2018).* Berbeda dengan pernyataan Reza, Bagus dan Daeng. Menurut Miya akun @tanya_dokter membuat rasa penasaran dan kepo karena berbentuk pertanyaan dan terdapat informasi mengenai kesehatan *“diawali pertanyaan-pertanyaan gitu jadi bikin kepo, terus menggali rasa penasaran dan terdapat banyak informasi-informasi”(Miya, 06 Mei 2018).*

Selanjutnya menurut Indah dan siska memiliki kesamaan lebih suka tertarik menggunakan akun @tanya dokter karena tampilannya animasi *“karna memang menurut saya lebih suka gambar animasi ebih menarik aja warnanya gitu” (Siska, 19 Mei 2018).* Lain hal nya dengan pernyataan Andika Suryo, Muhammad Fadrin dan Fridia yang memiliki kesamaan pendapat bahwa lebih suka menggunakan akun @tanya_dokter karena memberikan informasi yang jelas, panjang dan terperinci. Berikut salah satu pernyataannya: *”tanya_dokter itu penjelasannya lebih panjang abis itu lebih di paparkan secara rinci gitu”(Vridia, 19 Mei 2018).*

Menurut narasumber, Akun @tanya_dokter memiliki manfaat yaitu untuk menambah pengetahuan atau informasi terkait kesehatan. Hampir seluruh narasumber merasa bahwa postingan akun @tanya_doker memberikan tambahan informasi, narasumber tersebut adalah Reza Ishak, Bagus, Daeng Catur, Miya, Izzati Filza, Lutfi Safitri, Jasmin Aisyah, Indah Wira, Safira, Muhammad Lutfi, Rama Caakra Negara, Ramdhan Abdul, Muhammad Ivan, Iskia Azura, Siska dan Firdia Bidari. Berikut salah satu pendapat narasumber yang memiliki kesamaan, *“ee.. menambah informasi baru dan juga dapat mengetahui bagaimana cara menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan Bahasa yang mudah di pahami” (Siska, 19 Mei 2018).* Pendapat lainnya adalah *“kalau saya sih buat nambah ilmu dan informasi kesehatan yang jelas, juga bisa lebih tau cara menjaga kesehatan” (Bagus, 22 Mei 2018)*

Perbedaan pendapat disampaikan oleh Andika suryo yang mengaku bahwa akan lebih bisa menjaga perilaku kesehatan dan mengatur gaya idup (Andika Suryo, 17 Mei 2018). Andika suryo cenderung melakukan aplikasi pada kehidupannya terkait

informasi yang ia peroleh. Pendapat narasumber lain yaitu Muhammad Fadrin mengatakan *“dapat lebih kritis dalam meneanggapi suatu konten”* dalam hal ini, narasumber berhati-hati pada informasi yang akan ia konsumsi.

Persepsi berdasarkan sudut pandang dari segi desain, menurut hasil wawancara dengan mahasiswa kedokteran terdapat beberapa pendapat yang berbeda-beda. Narasumber pertama yaitu Reza Ishak Estiko menurutnya disain yang di tampilkan Informatif dan tampilannya lebih enak *“cukup informatif dan dari segi disainnya lebih enak ya”* (Reza, 25, Mei 2018). Lain hal nya dengan pendapat Bagus, Izzati Filza Rahmadea, Indah Wira Syafitri, Rama Cakra Negara, Iskia Azura dan Siska yang mempunyai kesamaan pendapat bahwa disain yang di tampilkan oleh akun @tanya_dokter memberikan disain gambar animasi yang menarik. Berikut salah satu pernyataan narasumber: *”lebih suka gambar yang kaya gini animasi, karena memang menurut saya lebih menarik saja warnanya”*(Siska, 19 Mei 2018).

Berbeda dengan pernyataan di atas menurut Miya, Lutfi Syafitri dan Muhammad Ivan Rimbadi yang juga mempunyai pernyataan yang sama yaitu desain yang di tampilkan menggunakan bentuk pertanyaan: *“isinya kaya suatu pertanyaan kaya gitu sehingga dia itu kaya mengharuskan pembaca untuk membaca captionnya”*(Miya, 06 Juni 2018). Pernyataan selanjutnya dari narasumber ke sepuluh yaitu Andika suryo mengatakan desain akun @tanya_dokter tampilan gambarnya lebih spesifik *“orang-orang akan lebih tau karena gambar yang di tunjukan lebih spesifik”*(Andika, 17 Mei 2018). Pernyataan yang berbeda dengan pernyataan-pernyataan sebelumnya Fridia bidari mengungkapkan bahwa desain gambar yang ditampilkan oleh akun @tanya_dokter memiliki logo dokter dan gambar yang terpotong-potong. *“kalau di @tanya_dokter ini sebenarnya banyak foto yang kepotong-potong dan postingannya ada logo dokter”*(Fridia Bidari, 19 Mei 2018).

Dari segi Bahasa yang digunakan untuk menyampaikan informasi kesehatan oleh akun tanya_dokter, peneliti menemukan jawaban secara keseluruhan berpendapat bahwa Bahasa yang digunakan adalah Bahasa mudah dipahami, ringan dan jelas sehingga mudah dicerna oleh kalangan masyarakat. Penyataan tersebut disampaikan oleh Reza Ishak Estiko, Bagus, Safira, Muhammad Lutfi, Rama Cakra Negara, Indah Wira Syafitri, Iskia Azura dan Muhammad Ivan Rimbadi yang memiliki kesamaan dalam pernyataan. Berikut salah satu pernyataan tersebut: *”penyampaiannya informatif mudah di cerna dan enggak terlalu medis pokoknya dan mendisain kata-kata yang mudah di cerna untuk orang awam”*(Ivan, 19 Mei 2018).

Dalam sebuah penyebaran informasi terutama dalam hal kesehatan, keakuratan atau validitas isi informasi merupakan hal yang sangat penting. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber. Di temukan beberapa pendapat dari narasumber bahwa akun tersebut memberikan sumber informasi iu berasal. Namun, terkadang juga tidak memberikan sumber sehingga membuat pembaca kurang meyakini akan kebenarasn informasi tersebut.

Narasumber yang mengatakan bahwa akun @tanya_dokter terkadang memberikan sumber pada setiap informasi yang ditampilkan yaitu Reza Ishak Estiko, Muhammad Fadrin Hariyadi, Jasmine Aisyah dan Fridia Bidari. Berikut salah satu pernyataan narasumber: *”dilihat dari isinya itu kalau tanya_dokter itu bersumber biasanya di bawahnya ada sumbernya entah klik.dokter atau apa gitu”* (Jasmine, 15 Mei 2018). Lain halnya dengan Muhammad Ivan Rimbadi dan Iskia Azura yang mempunyai kesamaan pendapat mengenai sumber yang di berikan oleh akun @tanya_dokter kurang valid. Berikut salah satu pernyataanya: *”biasanya mengambil sumber dari wab gitu, ya kadang-kadangkannya informasi dari wab itu kurang valid kan ya mas”*(Ivan Rimbadi, 19 Mei 2018).

Hasil wawancara yang terakhir yaitu mengenai konten yang ditampilkan oleh akun @tanya_dokter, beberapa narasumber memiliki pendapat yang sama yaitu mengatakan isi kontennya menarik yaitu Daeng Catur, Bagus, Miya dan Iskia Azura. Berikut salah satu pernyataanya: *”menarik gambarnya dan isi kontennya mudah untuk dipahami”* (Azura, 19 Mei 2018). Selain itu menurut Izzati Filza Rahmadea yang memiliki kesamaan pendapat dengan Andika Suryo, Muhammad Lutfi, Jasmine Aisyah dan Ramdhan Abdul, yaitu konten akun @tanya_dokter lebih klinis membahas terhadap suatu penyakit. Berikut salah satu pernyataannya: *”Tanya_dokter itu lebih ke klinisnya gitu kaya ada penyakitnya terus baru dibahas”* (Rahmadea, 26 Juni 2018).

Berbeda dengan pernyataan di atas menurut Indah Wira Syafitri konten yang ditampilkan oleh akun @tanya_doker menggunakan hipotesis dalam postingannya: *”tanya_dokter itu kaya hipotesis dulu habis itu baru kaya pertanyaan”* (Indah, 15 Mei 2018). Lain halnya dengan pendapat selanjutnya dari Muhammad Fadrin Hariyadi, Muhammad Ivan Rimbadi dan Fridia Bidari yang mengatakan konten. Berikut salah satu pernyataan narasumber: *“”tanya_dokter tulisan pada gambarnya itu sedikit,. Tapi, pada captionnya itu panjang. Jadi orang yang baca captionnya saya rasa bakal lebih paham yang tanya_dokter”* (Fadrin, 17 Mei 2018).

PEMBAHASAN

Persepsi Mahasiswa Kedokteran UII Terhadap Akun @infia_health

1. Uses and Gratification

Uses and Gratification merupakan teori yang sering digunakan dalam ilmu komunikasi. Teori ini digunakan sebagai proses penerimaan suatu fenomena atau informasi yang dijelaskan melalui kebutuhan atau kepentingan dari seseorang terhadap media. Uses and Gratification adalah orang yang aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk dapat memenuhi kepentingan dan kepuasan terhadap sesuatu melalui media itu sendiri (Sobur, 2003). Dalam penelitian ini media yang dimaksud merupakan akun yang terdapat pada media social Instagram yaitu akun @infia_health. Berdasarkan teori tersebut jika dikaitkan dengan data yang diperoleh di lapangan yaitu pada narasumber yang menyukai akun @infia_health ketika narasumber memilih untuk memfollow dan lebih menyukai akun @infia_health menunjukkan adanya keinginan untuk memilih, dan adanya kepentingan dan kepuasan dari narasumber terhadap akun tersebut.

Teori Uses and Gratification sendiri memiliki lima asumsi yang menjadi dasar pada teori ini Katz, Blumer, & Gurevitch, pada tahun 1974 (Rakhmat, 2012) yaitu;(1) Khalayak dan pengguna media yang berorientasi pada tujuan, (2) inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada media tertentu. (3) Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan. (4) Orang memiliki kesadaran pada dirinya ketika menggunakan media tersebut dalam hal minat dan motif mereka dalam menggunakan media. (5) yang dapat menilai isi dari suatu media hanya khalayak.

Asumsi pertama bahwa khalayak dan pengguna media berorientasi pada tujuan. Narasumber yang menyukai akun @infia_health sebagian besar memiliki tujuan dan motive yang sama yaitu untuk menambah informasi dan pengetahuan. Namun ada narasumber yang memiliki tujuan yang berbeda yaitu narasumber bernama Ramdhan Abdul yang mengkonsumsi akun @infia_health karena metode penyampain informasinya dapat menginspirasi dirinya terkait cara mengkampanyekan informasi kesehatan di masyarakat. Asumsi kedua yaitu adanya inisiatif dari narasumber untuk mendapat kan kepuasan kebutuhan dari media yang mereka inginkan. Dalam hal ini narasumber membutuhkan informasi terkait masalah kesehatan, sehingga untuk mendapatkan informasi tersebut, narasumber memiliki

inisiatif untuk membuka akun Instagram nya sehingga menemukan postingan informasi yang menarik dari akun @infia_health. Hal tersebut terjadi pada ketujuh narasumber yang menyukai akun @infia_health.

Selanjutnya asumsi ketiga yaitu media berkompetisi dengan sumber yang lain untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan. Akun @infia_health merupakan akun yang di khususkan untuk memberikan informasi yang audiens butuhkan dalam hal kesehatan. Banyak akun kesehatan lain dengan metode penyampaian yang didesain semenarik mungkin untuk mendapatkan kepuasan audiens ketika sedang mengkonsumsi postingan dari akun tersebut, contohnya dengan memberikan materi-materi yang lebih menarik, memberikan gambar atau pun video untuk membuat audiens lebih mudah memahami informasi kesehatan tersebut. Dalam hal ini aku @infia_health belum cukup banyak melakukan perubahan pada acara penyampaian informasi kesehatan, karena desain atau metode penyampainnya selalu sama, yaitu memberikan gambar terkait dengan tema kesehatan dan memberikan informasi dengan ini yang telah ada di postingan akun Instagram. Berdasarkan hal tersebut, akun @infia_health kurang dalam melakukan pengembangan mengenai strategi penyampaian informasi yang menarik contohnya dengan menambahkan video.

Asumsi ke empat bahwa orang menyadari motif dan minatnya ketika menggunakan media. Dalam hal ini sebagian besar narasumber memiliki motif yang sama yaitu untuk menambah pengetahuan. Namun pada narasumber bernama Izati Filza Rahmadea menyadari adanya motif yang lain, yaitu dapat dijadikan pembenaran terhadap informasi yang salah. Selain itu pada narasumber Muhammad Ivan Rimbadi memiliki motif untuk mengetahui respons masyarakat terhadap informasi kesehatan yang di posting di akun @infia_health. Respons tersebut dapat dilihat melalui kolom komentar pada postingannya tersebut. Berdasarkan hal tersebut, narasumber telah menyadari penggunaan media bagi dirinya sendiri.

Asumsi kelima bahwa media hanya dapat dinilai dari khalayak, dalam hal ini adalah media penyebaran informasi yaitu akun Instagram @infia_health. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, diperoleh penilaian narasumber dari segi kelebihan maupun kekurangan yang dimiliki pada akun @infia_health terutama ketujuh narasumber yang lebih menyukai @infia_health. Menurut narasumber tersebut @infia_health memiliki keunggulan yaitu pada penyampaian informasi yang langsung terdapat pada gambar, sehingga narasumber tidak perlu membuka caption terlebih dahulu. Selain itu narasumber yang lain mengaku hanya sebatas menampung

informasi tersebut karena tidak dicantumkan sumber. Namun untuk narasumber atas nama Iskia Azura mengaku memilah informasi yang di posting oleh akun @infia_health, mana yang akan ia gunakan dan mana yang dijadikan sebagai informasi saja. Berdasarkan hal tersebut, narasumber menentukan sejauh mana tujuan akhir dari informasi yang ia konsumsi dari akun tersebut.

2. Komunikasi Kesehatan

Media social melalui akun @infia_health di instagram memiliki bentuk media komunikasi kesehatan. Menurut Northouse (notoatmodjo, 2005) Komunikasi kesehatan adalah bagian dari komunikasi antar manusia yang memiliki fokus terhadap bagaimana seseorang individu atau kelompok dalam menghadapi isu-isu yang berhubungan dengan kesehatan dan berupaya untuk memelihara kesehatannya. Hal tersebut sejalan dengan akun @infia_health dimana akun tersebut memposting informasi-informasi kesehatan mulai dari, tips-tips kesehatan, informasi terkait penyakit tertentu, dan informasi baru terkait aktivitas atau kebiasaan manusia yang dapat menyebabkan atau mempengaruhi kesehatan dan dapat dikatakan sebagai bentuk dari komunikasi kesehatan.

Komunikasi kesehatan yang dilakukan melalui media social juga tergolong sebagai komunikasi masa. Sedangkan Komunikasi masa menurut Bittner (Ardianto, 2004:3) adalah informasi yang diberikan melalui media masa kepada banyak orang. Dari definisi tersebut yang dapat disebut sebagai komunikasi masa jika melalui media masa. Dalam hal ini @infia_health memberikan informasi nya melalui media masa yaitu Instagram dan informasi tersebut diterima oleh banyak oramh terutama followers pada akun tersebut maupun narasumber penelitian ini. Yang mana narasumber penelitian ini adalah mahasiswa kedokteran UII sejumlah 18 mahasiswa. Dari ke-18 mahasiswa yang terdiri dari 9 mahasiswa putra dan 9 mahasiswa putri ini, semua nya mengaku memfollow akun @infia_health.

Salah satu mahasiswa yang mengikuti akun tersebut adalah Indah Wira Syafitri, mahasiswi kedokteran angkatan 2016. Mahasiswa tersebut mengaku mulai mengikuti akun kesehatan @infia_health sejak masih SMA. Alasannya adalah penasaran dengan informasi yang diberikan oleh akun tersebut. Selain itu mahasiwa bernama Muhammad Ivan Rimadi merupakan mahasiswa kedokteran angkatann 2015. Narasumber tersebut mengaku memfollow akunn @infia_health karena informasi yang diberikan terkait dengan masalah sehari-hari yang berhubungan

dengan kesehatan. Berdasarkan hal tersebut, mahasiswa memiliki motivasi untuk menerima informasi terkait kesehatan untuk memelihara kesehatannya.

Seperti yang dikemukakan oleh Northouse diatas, bahwa komunikasi kesehatan memiliki fokus untuk bagaimana individu atau kelompok menghadapi isu-isu kesehatan. Dalam hal ini cara narasumber menghadapi isu-isu kesehatan dapat dilihat dengan keterbukaan seseorang dalam mencari dan menerima informasi baru terkait kesehatan. Dari seluruh narasumber, setengah diantaranya mengikuti @infia_health karena untuk menambah informasi dan pengetahuan. Namun ada beberapa narasumber yang mengikuti karena penasaran dengan informasi yang diberikan oleh akun tersebut. Sedangkan narasumber lain memiliki alasan yang berbeda-beda, salah satunya adalah narasumber bernama Ramadhan Abdul yang mengikuti akun @infa_health karena memberikan inspirasi untuk mengkampanyekan pengetahuan tentang kesehatan. Selain itu, ada narasumber bernama Muhammad Lutfi yang memfollow akun tersebut karena materinya menarik.

Terbentuknya komunikasi kesehatan yang efektif jika tercapainya beberapa hal; 1. Dilakukan secara terus menerus serta berkesinambungan. 2. Mencakup seluruh level kehidupan manusia yang mempengaruhi perilaku seseorang, 3. Menerapkan perencanaan yang matang.

Berdasarkan pernyataan pertama yaitu komunikasi kesehatan dilakukan secara terus-menerus dan berkesinambungan dapat dilihat terkait dengan intensitas informasi kesehatan yang diposting oleh akun @infia_health. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap akun @Infia_healt bahwa pada akun tersebut terdapat 2.600 postingan (instagram @infia_health, diakses: 22 Juli 2018, 18:00 WIB). Dalam sehari, akun @infia_health dapat memposting 2-3 kali informasi kesehatan. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa akun tersebut memberikan informasi kesehatan setiap hari.

Selain itu, informasi yang diberikan informasi yang diberikan dengan menyertakan gambar riil dan Bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Beberapa narasumber sepakat dengan pernyataan tersebut, yaitu Reza Ishak, Bagus, Daeng Catur, Miya, Lutfi Safitri, Safira, Andika Suryo, Rama Cakra, Ramdhan Abdul, Muhammad Fadrin, Muhammad Ivan, Siska dan Firda Bidari.

3. Persepsi

Setiap manusia memiliki sudut pandang atau persepsi terhadap suatu objek yang dapat dijangkau oleh indera, dalam hal ini adalah akun @infia_health. Untuk memperoleh interpretasi dari sebuah persepsi ada tahapan-tahapan atau proses persepsi itu sendiri. Menurut Sobur (2003:447) bahwa terdapat tiga proses persepsi, yaitu Seleksi, Interpretasi dan Reaksi.

Seleksi merupakan proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas, dan jenisnya dapat banyak atau sedikit (Sobur, 2003). Dengan kata lain, ketika terjadi persepsi hanya karakteristik tertentu saja yang akan kita persepsikan dari suatu objek. Dalam hal ini kita hanya mempersepsikan dari apa yang kita inginkan. Terkait dengan penelitian ini, dapat dilihat ketika semua narasumber mengetahui dan mengikuti akun @infia_health. Ada beberapa narasumber yaitu, narasumber Izati Filza, Lutfi Safitri, Jasmine Aisyah, Syafira, Ramdhan Abdul, Muhammad Irvan Rimbadi, dan Izkia Azura yang mengonsumsi informasi yang diposting oleh akun @infia_health melalui proses seleksi terlebih dahulu. Hal ini terbukti ketika narasumber melihat timeline dan menemukan postingan dari akun @infia_health, narasumber tertarik untuk membuka profil dan melihat postingan informative pada akun tersebut. Narasumber memberikan antensi terhadap postingan tersebut, sehingga narasumber memilih untuk mengikuti akun tersebut dan membuka akun @infia_health.

Setelah melalui proses seleksi, narasumber melakukan interpretasi dari suatu objek yaitu @infia_health. Interpretasi menurut Sobur (2003) adalah suatu proses mengorganisasikan suatu informasi untuk menjadikan pengkategorisasian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana. Melalui tahap kedua ini seseorang mendapatkan gambarann yang lebih lengkap terkait dengan objek yang telah diseleksi. Dalam Hal ini, terdapat tujuh narasumber yang mengaku menyukai dan lebih tertarik dengan akun @infia_health. Narasumber tersebut memiliki interpretasi atau penilaian yang berbeda-beda terhadap akun @infia_health dan dilihat dari segi desain atau gambar, penyampaian informasi dan bahasa yang digunakan. Terdapat beberapa narasumber yang tertarik dengan postingan dari akun @infia_health dengan melihat dari sudut pandang desain. Menurut narasumber tersebut, akun @infia_health memiliki tampilan dan desain gambar yang menarik karena gambar yang disajikan sesuai dengan riil atau asli sehingga narasumber menyukai akun tersebut dan mengikuti akun tersebut.

Sedangkan untuk menurut tiga narasumber yang lain menyoroti dari penyampaian informasinya, yaitu tidak basa-basi, dan memberikan informasi langsung dengan pernyataan dan dirangkum bersamaan dengan gambarnya, sehingga narasumber lebih cepat menangkap informasi yang disampaikan tanpa harus membuka captionnya. Dari sudut pandang lain menurut narasumber tersebut bahwa Bahasa yang digunakan ringan sehingga mudah untuk dipahami oleh semua kalangan.

Proses persepsi pada tahap ketiga adalah reaksi. Reaksi menurut Sobur (2003) merupakan interpretasi dan persepsi yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai bentuk reaksi. Pada beberapa narasumber yang lebih menyukai akun *infia_health* yaitu Izati Filza, Lutfi Safitri, Jasmine Aisyah, Syafira, Ramdhan Abdul, Muhammad Irvan Rimbadi, dan Izkia Azura narasumber memberikan reaksi atau respons yang berbeda-beda setelah mereka mengkonsumsi akun *@infia_health*. Contohnya narasumber Jasmine Aisyah dan Muhammad Irvan Rimbadi hanya membaca saja saat akun tersebut memposting informasi di Instagram, sedangkan narasumber Izati Filza Rahmadea, Lutfi Safitri dan Ramdhan Abdul memberikan Like. Namun pada narasumber Izati Filza dan dan Lutfi Safitri tidak hanya memberikan satu macam reaksi saja, selain memberi Like, mereka juga meng-tag teman atau membaca kolom momentar dari followers lain. Reaksi yang berbeda ditunjukkan pada narasumber bernama Safira mengirim Direct Message pada temannya jika informasi yang diposting oleh akun tersebut ada kaitannya dengan temannya. Reaksi yang berbeda juga ditunjukkan pada narasumber nomor Izkia Azura setelah akun *@infia_health* memposting informasi baru, narasumber lebih tertarik untuk mencari kebenaran informasi tersebut melalui *searching* di internet.

Persepsi menurut Mulyana (2010: 184) dibagi menjadi dua jenis persepsi yaitu persepsi terhadap objek dan persepsi social. Persepsi terhadap objek lebih mengacu kepada lambang fisik, namun persepsi social lebih banyak mengacu terhadap manusia dari segi sifat luar dan dalam. Kedua persepsi tersebut memiliki perbedaan, menurut Mulyana (2010) perbedaannya adalah; (1) Persepsi terhadap objek dilihat melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi social atau terhadap manusia melalui lambang verbal dan non verbal. (2) Persepsi terhadap objek lebih menanggapi sifat-sifat objek dari luar, sedangkan jika persepsi social dapat menanggapi dari sifat-sifat luar dan dalam, sifat dalam artinya sesuatu yang ada didalam diri manusia, seperti; harapan, perasaan, motif dan lain sebagainya.

Perbedaan ke (3) Persepsi terhadap objek tidak dapat bereaksi, sehingga bersifat statis. Sedangkan persepsi social memiliki sifat dinamis karena selalu dapat bereaksi dengan seiringnya perubahan yang terjadi pada objek persepsi yaitu manusia.

Objek dalam penelitian ini merupakan akun @infia_health yang memberikan informasi melalui lambang-lambang fisik contohnya gambar dan tulisan. Berdasarkan hal tersebut, persepsi pada penelitian ini tergolong pada persepsi objek, dimana hal-hal yang dapat dipersepsikan hanya lambang-lambang dari luar saja. Contohnya pada ke tujuh narasumber yang menyukai akun @infia_health mengemukakan pandangannya terhadap @infia_health dari segi gambar, Menurut narasumber tersebut, @infia_health menggunakan gambar yang riil atau asli sehingga lebih terlihat menarik. Dari segi isi informasi, narasumber mengatakan bahwa informasi yang diberikan berupa tips-tips kesehatan dan masalah kehidupan sehari-hari yang dapat mempengaruhi kesehatan. penggunaan Bahasa pada akun @infia_health menurut narasumber sangat ringan dan mudah dipahami oleh semua kalangan, sedangkan penyampaian pesannya didesain dengan gambar dan langsung ke inti informasi, sehingga lebih memudahkan dan mempercepat narasumber untuk menangkap informasi yang diberikan.

Berdasarkan persepsi tersebut, dapat dilihat bahwa sudut pandang dan penilaian dari setiap narasumber terhadap akun @infia_health hanya pada sifat luar dan lambang-lambang fisik saja. Akun infia juga bersifat statis atau tidak cepat berubah, sehingga interpretasi yang diberikan tidak cepat berubah pula.

Persepsi Mahasiswa Kedokteran UII Terhadap Akun @tanya_dokter

1. Teori Uses and Gratification

Teori uses and gratification dalam Rakhmat (e-jurnal komunikasi, 149) merupakan teori yang menjadikan khalayak sebagai audiens yang aktif menggunakan media. Dalam hal ini khalayak yang menentukan aktivitasnya dalam menggunakan social media. Sama seperti yang dikatakan Severin dan Tankard (jurnal e-komunikasi, 150) bahwa uses and gratification adalah aktivitas audiens dalam memilih kebutuhan sesuai yang diinginkannya. Pada hasil temuan yang telah dirangkum pada bab sebelumnya, terdapat sebelas narasumber yang menyukai atau memfollow akun @tanya_dokter dan lebih intens mengonsumsi informasi yang diposting oleh akun tersebut, narasumber tersebut adalah narasumber Reza Iashal Estiko, Bagus, Daeng Catur, Miya, Indah Wira Syafitri, Andika suryo, Muhammad

Lutfi, Rama Cakra Negara, Muhammad fadrin, Siska dan Firdia Bidari. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa narasumber yang menentukan informasi atau apa yang akan narasumber konsumsi pada suatu media.

Untuk lebih mengetahui mengenai bagaimana raksi atau konsekuansi ketika narasumber mengkonsumsi suatu informasi dari akun @tanya_dokter dapat dilihat melalui asumsi dari kegunaan teori uses and gratification. Asumsi tersebut dicetuskan oleh Katz, Blumer & Gurevitch (Rahmat, 2012). Asumsi (1) Penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. (2) Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan dalam memilih media tertentu. (3) Media berkompetisi terhadap sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan. (4) orang menyadari minat, motif ketika menggunakan media. (5) Penilaian mengenai nilai isi media.

Dari segi aseumsi pertama, terdapat narasumber diatas yang mengatakan lebih intens mengkonsumsi akun @tanya_dokter dibandingkan dengan akun @infia_health. Tujuannya adalah narasumber ingin menambah informasi dengan berdasarkan sumber yang jelas. Asumsi kedua, bahwa narasumber memiliki inisiatif dalam mendapatkan kebutuhannya. Dalam hal ini terdapat pada narasumber bernama Muhammad Lutfi, Rama Cakra Negara, Siska dan Firdia Bidari yang sering scroll di time line sehingga menemukan postingan dari akun @tanya_dokter.

Selanjutnya, pada asumsi ketiga media berkompetisi untuk memuaskan kebutuhan, dalam hal ini akun @tanya_dokter tidak ada perubahan dari waktu-ke waktu pada segi desain gambar yang tetap menggunakan ciri khas nya yaitu berwarna biru dan menggunakan gambar kartun. Akun tersebut lebih mengedepankan dari sisi tema atau topik informasi yang up to date dengan memberikasn informasi kesehatan dengan aplikasi aktivitas sehari-hari. Seperti pada postingan tanggal 23 juli 2018 yang mengangkat tema terkait ibu hami dan anak. Informasi yang diposting yaitu, posisi ibu hamil saat tidur, tips menenangkan bayi menangis, anak yang susah dibangunkan pada pagi hari. Informasi kesehatan maupun tips seharhari membuat narasumber Bagus dan Andika Suryo mendapatkan info-info terbaru.

Pada asumsi ke empat dimana seseorang menyadari akan motif dan minat narasumber ketika mengkonsumsi akun @tanya_dokter. Pada asumsi ini dapat terlihat dari tujuan narasumber memfollow akun @tanya_dokter untuk menambah informasi dan pengetahuannya mengenai kesehatan. Asumsi kelima, narasumber memberikan penilaian pada akun @tanya dokter yaitu dari sisi kelebihan menurut

narasumber Reza Ishak, Daeng Catur, Muhammad Fadrin dan Siska adalah Bahasa yang jelas sehingga lebih mudah dipahami dan bersifat informative sedangkan kekurangannya menurut narasumber Reza Ishak, Miya, Andika Suryo, Muhammad Lutfi, Rama Cakra, dan Muhammad Fadrin pada akun @tanya_dokter terkadang tidak memberikan sumber pada informasi postingan.

2. Teori Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan menurut Liliweri (2008) adalah strategi yang sistematis yang menggunakan berbagai metode maupun prinsip komunikasi baik interpersonal maupun komunikasi masa untuk memberikan pengaruh positif terhadap individu maupun kelompok. Penelitian ini memiliki objek penelitian terhadap akun di media social Instagram yaitu @tanya_dokter, akun tersebut dapat dikategorikan sebagai komunikasi masa. Seperti yang dikemukakan oleh Ardianto (2004) terkait dengan komunikasi masa dimana penyampaian informasi kepada banyak orang diberikan melalui media masa. Sedangkan media masa yang digunakan dalam penyampaian informasi akun @tanya_dokter adalah melalui Intagram.

Akun @tanya_dokter memberikan pengaruh positif dengan menyebarkan informasi terkait masalah atau tips-tips kesehatan. Pengaruh positif ini dirasakan oleh beberapa narasumber yaitu narasumber Reza Ishak, Bagus, Daeng Catur, Miya, Indah Wira, Andika Suryo, Muhammad Lutfi, Rama Cakra, Muhammad Fadrin, Iskia Azura, Siska dan Firdia Bidari yang sebagian besar narasumber mengatakan bahwa akun tersebut menambah wawasan dan pengetahuannya terkait kesehatan. Pada narasumber Andika Suryo, merasakan manfaat yang berbeda disbanding dengan yang lain yaitu membuat narasumber lebih menjaga perilaku kesehatan dan mengatur gaya hidup.

Strategi yang digunakan pada akun @tanya_dokter untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yaitu dengan membuat desain dengan gambar kartun dan pertanyaan terkait topik kesehatan sehingga dapat menarik konumen dan membuat konsumen penasaran dengan informasi tersebut. Dari hasil wawancara dengan narasumber, terdapat 11 narasumber yang lebih menyukai akun @tanya_dokter. Dari sebelas narasumber tersebut terdapat beberapa diantaranya narasumber yang tertarik dengan akun @tanya_dokter dari segi gambar dan tampilannya. Sedangkan narasumber lain tertarik karena bentuk penyampaian yang memberikan pertanyaan,

dan ada penjelasan detail pada caption, selain itu terkadang mencantumkan sumber informasinya.

Pengaruh dari informasi yang diberikan pada akun @tanya_dokter ini tidak cukup memberikan pengaruh yang berarti. Hal ini disebabkan karena akun tersebut terkadang tidak mencantumkan sumber informasinya, sehingga narasumber tidak yakin dengan informasi tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang menunjukkan dari narasumber yang menyukai akun @tanya_dokter sebagian besar mengatakan bahwa tidak ada pengaruh pada diri narasumber tersebut dikarenakan sumber yang tidak valid. Namun berbeda dengan narasumber atas nama Muhammad Fadrin Hariyadi yang mengatakan bahwa informasi akun @tanya_dokter ada pengaruh terhadap perubahan perilakunya jika informasi yang diberikan cukup masuk akal. Sedangkan untuk narasumber Indah Wira dan Rama Cakra mengaku bahwa informasi yang diposting oleh akun @tanya_dokter membuat mereka penasaran dengan kebenaran informasi tersebut sehingga mereka mencari kebenarannya.

Terbentuknya komunikasi kesehatan yang efektif jika tercapainya beberapa hal; 1. Dilakukan secara terus menerus serta berkesinambungan. 2. Mencakup seluruh level kehidupan manusia yang mempengaruhi perilaku seseorang, 3. Menerapkan perencanaan yang matang.

Berdasarkan pernyataan pertama yaitu komunikasi kesehatan dilakukan secara terus-menerus dan berkesinambungan dapat dilihat terkait dengan intensitas informasi kesehatan yang diposting oleh akun @tanya_dokter. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap akun @tanya_dokter bahwa terdapat 13.327 postingan (Instagram @tanya_dokter, diakses: 22 juli 2018, 18:00 WIB), dan dalam sehari bisa memposting 10 informasi kesehatan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa akun @tanya_dokter memberikan informasi secara terus-menerus.

Selain itu, informasi yang diberikan berupa informasi sehari-hari dengan penyajian menggunakan Bahasa yang sederhana dan memberikan gambar sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Hal ini diungkapkan juga oleh narasumber Reza Ishak, Bagus, Safira, Muhammad Lutfi, Rama Cakra Negara, Muhammad Ivan, Izkia Azura, dan Siska yang mengatakan bahwa postingannya menggunakan Bahasa yang umum sehingga mudah dicerna dan dipahami.

3. Teori Persepsi

Persepsi merupakan sudut pandang atau penilaian seseorang terhadap suatu objek yang akan mempengaruhi tindakan seseorang (Walgito, 2010). Pada penelitian ini yang dijadikan sebagai objek dari persepsi adalah akun kesehatan @tanya_dokter. Sedangkan subjek atau narasumber penelitian ini adalah mahasiswa fakultas kedokteran UII. Dalam hal ini persepsi narasumber digali dengan metode *deep interview*. Dalam adanya persepsi, terjadi suatu proses didalam diri seseorang sehingga munculnya interpretasi dan reaksi. Seperti yang telah disampaikan oleh Sobur dalam bukunya Psikologi Umum (2003) bahwa persepsi terjadi dengan melalui tiga komponen yaitu; seleksi, interpretasi dan reaksi.

Pada tahap seleksi, merupakan proses penyaringan indra terhadap rangasangan dari luar, intensitas dan banyaknya jenis. Pada proses ini, yang terjadi pada 11 narasumber adalah narasumber mengaku bahwa sering membaca postingan informasi dari akun @tanya_dokter di timeline. Hal tersebut karena intensitas akun @tanya_dokter yang lebih sering posting kurang lebih 10 informasi disetiap harinya. Intensitas tersebut membuat narasumber lebih mengetahui dan mengenal akun @tanya_dokter itu sendiri. Pada dasarnya dengan memfollow atau mengikuti akun kesehatan @tanya_dokter menunjukkan bahwa ada penyaringan informasi dari banyaknya akun dan informasi pada Instagram pula.

Setelah tahap seleksi, proses persepsi yang berjalan adalah interpretasi. Interpretasi dalam hal ini berfungsi sebagai pengelompokan informasi atau mereduksi informasi menjadi lebih sederhana. Pada penelitian ini diperoleh data bahwa dari 18 narasumber, akun @tanya_dokter memiliki manfaat yaitu sebagai tambahan informasi. Selain itu, persepsi dari segi kelebihan yang dimiliki akun tersebut, ada beberapa narasumber yaitu narasumber Reza Ishak, Daeng Catur, Lutfi Safitri, Iskia Azura dan Siska 17 yang menyoroti kelebihan akun @tanya_dokter dari penyampaian informasi yang mudah dipahami. Sedangkan narasumber terdapat narasumber Bagus, Miya, Izati Filza, Andika Suryo, Ramdhan Abdul, Muhammad Fadrin dan Muhammad Ivan mengatakan bahwa akun @tanya_dokter memiliki materi yang baru serta diulas lebih detail sehingga narasumber lebih lengkap dalam menerima suatu informasi. Kelebihan yang lain adalah sebagian postingan dari akun @tanya_dokter mencantumkan sumbernya.

Terakhir adalah reaksi. Dalam hal ini, setelah narasumber memiliki suatu interpretasi maka sejauh mana interpretasi tersebut mempengaruhi perilaku

narasumber. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dari narasumber yang lebih menyukai akun @tanya_dokter ada beberapa narasumber yaitu narasumber Bagus, Miya, Indah Wira, Andika Suryo, dan Muhammad Lutfi yang mengatakan bahwa informasi tersebut tidak memengaruhi perilaku pada dirinya karena seseorang tidak merubah pola hidup maupun kebiasaannya. Kemudian narasumber Reza Ishak, Daeng Catur, Muhammad Fadrin, dan Siska mengaku bahwa informasi tersebut dapat mempengaruhi perilakunya ketika informasi yang diberikan masuk akal dan ada sumber validitas atas kebenaran informasi tersebut. Sedangkan narasumber lain menjadikan informasi tersebut sebagai tambahan referensi atau bahan jika ada orang yang bertanya terkait masalah kesehatan pada dirinya.

Persepsi menurut Mulyana (2000) persepsi dibagi menjadi dua yaitu persepsi terhadap objek dan persepsi terhadap manusia atau social. Perbedaannya adalah, pada persepsi terhadap objek stimulus persepsi hanya melalui lambang-lambang fisik, sifat-sifat dari luar, sedangkan untuk persepsi social melalui lambang verbal dan non verbal, dapat menanggapi sifat dari luar dan dari dalam seperti perasaan, motive, harapan). Namun untuk penelitian ini tergolong sebagai persepsi terhadap objek. Karena narasumber hanya dapat mempresepsikan dari segi lambang-lambang fisik. Dalam hal ini dari segi gambar maupun desain, menurut narasumber Reza Ishak Estiko, Bagus, Izzati Filza, Indah Wira, Andika Suryo, Rama Cakra Negara, Iskia Azura, dan Siska gambar dari akun @tanya_dokter lebih menarik karena menggunakan gambar kartun. Selain itu dilihat dari penyampaiannya menurut narasumber Reza Ishak Estiko, Safira, Muhammad Lutfi, Muhammad Fadrin, dan Iskia Azura bahasa yang digunakan sederhana dan mudah dipahami.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara delapan belas mahasiswa kedokteran UII diperoleh bahwa persepsi mahasiswa terhadap akun @infia_health dan akun @tanya_dokter berbeda-beda. Perbedaan persepsi tersebut disebabkan oleh dua factor yaitu factor internal dan faktor eksternal (Mulyana, 2000).

Faktor internal merupakan faktor yang muncul dari dalam diri narasumber, anataralain adalah faktor fisiologis, perhatian (atensi), Minat, kebutuhan yang searah serta pengalaman dan ingatan. Faktor fisiologis merupakan informasi yang kita tangkap melalui alat indra, dalam hal ini kedua akun @infia_health dan @tanya_dokter. Kedelapan belas narasumber mengaku mengetahui dan memfollow kedua akun tersebut karena postingan

dari akun @infia_health dan @tany_dokter suka muncul di timeline sehingga narasumber tertarik untuk membaca dan mengikutinya. Selain itu narasumber Muhammad Lutfi, Rama Cakra Nergara, Ramdhan Abdul, Siska dan Fridia Bidari mengatakan bahwa mereka hanya melihat postingan kedua akun tersebut hanya jika ada di timeline. Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat bahwa narasumber mengkonsumsi informasi yang diberikan oleh kedua akun tersebut jika postingan itu muncul di time line.

Dari segi faktor perhatian atau atensi, merupakan kondisi ketika sejauh mana narasumber memberikan atensi nya saat membaca atau mengkonsumsi akun tersebut. Ada beberapa narasumber yang membagi atensinya ketika mengkonsumsi akun @infia_health dan @tanya_dokter dengan aktivitas lainnya, yaitu narasumber Mia, Izzati Filza R, Indah Wira Syafitri, Andika Suryo, dan Siska yang melakukan aktivitas sambil seperti, menonton TV, makan, dan mendengarkan music. Sedangkan narasumber lain mengkonsumsi informasi dari kedua akun tersebut dalam kondisi yang santai seperti, saat tiduran, saat duduk-duduk atau sedang menunggu, maupun saat bosan belajar atau mengerjakan tugas. Aktivitas tersebut dapat mempengaruhi tingkat atensi narasumber saat mengkonsumsi informasi dari kedua akun tersebut sehingga berpengaruh pula terhadap persepsi narasumber.

Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi internal narasumber ialah minat, minat narasumber dapat muncul dari beberapa segi yaitu bisa dari desain atau gambar, dari penyampaian atau tema informasi itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari ke delapan belas narasumber, terdapat narasumber yang tertarik dengan akun tersebut dari sudut pandang gambar dan desain yang menggunakan gambar cartoon maupun gambar riil, yaitu narasumber Reza Ishak Estiko, Izati Filza R, Lutfi Safitri, Indah Wira, Rama Cakra, Muhammad Ivan Rimbadi, Siska dan Firdia Bidari. Sedangkan narasumber Bagus, Miya, Safira, Muhammad Fadrin, dan Iskia Azura pada kedua akun tersebut dari segi penyampaian informasi berbentuk pernyataan yang langsung dirangkum pada gambar dan juga ada pula yang menyukai penyampaian yang berupa penjelasan karena informasi yang diperoleh lebih jelas dan lengkap. Pada lima narasumber yang lain memiliki ketertarikan dari sudut pandnag yang berbeda-beda, seperti; dari isinya yang lebih banyak membahas klinis, karena jarang memposting informasi jdi tidak spam. Hal-hal yang membuat narasumber tertarik akan mempengaruhi minat narasumber terkait akun tersebut.

Faktor ke empat yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi dari narasumber adalah kebutuhan yang searah. Dalam hal ini persepsi narasumber terhadap akun @infia_health dan @tanya_dokter dipengaruhi oleh informasi kesehatan yang narasumber

butuhkan. Seperti pada narasumber bernama Daeng Catur yang membuka kedua akun tersebut saat membutuhkan informasi karena ada masalah kesehatan yang belum ia ketahui dan belum ia pelajari dalam perkuliahannya. Tidak hanya narasumber tersebut, narasumber Indah Wira Safitri juga memiliki faktor kebutuhan yang mendorongnya untuk membuka atau mengkonsumsi akun-akun tersebut yaitu untuk mencari inspirasi karena narasumber akan membuat kampanye kesehatan. Selain itu subjek atas nama Firdia Bidari yang membutuhkan informasi kesehatan agar ketika ditanya oleh orang lain terkait masalah kesehatan bisa memberikan jawaban walaupun belum mempelajarinya. Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui narasumber yang memiliki faktor kebutuhan dalam mengkonsumsi akun kesehatan.

Faktor ke lima ialah pengalaman dan ingatan, maksudnya adalah persepsi seseorang dapat dipengaruhi oleh pengalaman yang di peroleh seseorang dimasa lalu terkait dengan kejadian yang ia alami dan berkaitan dengan informasi kesehatan di masa sekarang. Faktor ini hanya dialami oleh narasumber bernama Izzati Filza Rahmadea, bahwa informasi yang ia peroleh dari kedua akun tersebut dapat dijadikannya pembenaran terhadap informasi yang diperoleh sebelumnya terkait informasi yang salah maupun informasi yang kurang lengkap. Suasana hati merupakan faktor ke enam yang dapat mempengaruhi persepsi narasumber. Mood seseorang ketika sedang mengkonsumsi informasi dari akun @infia_health dan @tanya_dokter dapat mempengaruhi dalam proses penerimaan, reaksi dan ingatan saat menerima informasi tersebut. Ada beberapa narasumber yaitu narasumber Jasmin Aisyah, Indah Wira, Syafira, Andika Suryo, Muhammad Lutfi, Rama Cakra Negara, Muhammad Fadrin, dan Muhammad Ivan yang mengkonsumsi informasi kesehatan pada saat merasa bosan, santai dan saat sedang merasa jenuh menunggu.

Faktor Eksternal merupakan karakteristik dari akun @infia_health dan @tanya_dokter yang dapat mempengaruhi narasumber dalam mempresepsi akun itu sendiri. Faktor eksternal ini meliputi dari berbagai hal, antara lain; Ukuran dan penempatan objek dalam hal ini @Infia_health dan @tanya_dokter, Warna dari objek, keunikan dan kontrasan stimulus, intensitas dan kekuatan stimulus dan motion atau gerakan.

Warna dari objek merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi narasumber. Dalam hal ini narasumber Lutfi Safitri berpendapat bahwa pada akun @tanya_dokter desainnya lebih didominasi warna biru sedangkan pada akun @infia_health lebih ke warna merah. Narasumber Lutfi Safitri menyukai warna desain pada akun @infia_health karena warna merah lebih bagus dan enak untuk dilihat.

Narasumber lain yaitu narasumber bernama Indah Wira Safitri yang mengatakan bahwa akun @infia_health lebih terlihat cerah, terang dan terlihat bersih. Faktor eksternal dari segi keunikan dan kontras stimulus, artinya suatu ciri khas yang terdapat pada akun @tanya_dokter dan @infia_health. Pada akun @tanya_dokter keunikan yang menarik dari pendapat narasumber terletak pada desainnya yang bergambar animasi atau kartun. Sedangkan pada akun @infia_health adalah desainnya yang menggunakan gambar asli atau riil sebagai simbol informasi.

Selanjutnya pengaruh persepsi dari segi intensitas dan kekuatan stimulus. Dalam hal ini sejauh mana kedua akun tersebut lebih intens atau sering memposting memposting informasi kesehatan. Pada akun @tanya_dokter jika dilihat dari profile akunnya, terdapat 13.327 postingan (Instagram @tanya_dokter, diakses: 22 juli 2018, 18:00 WIB), dan dalam sehari bisa memposting 10 informasi kesehatan. Sedangkan pada akun @infia_health terdapat 2.600 postingan (instagram @infia_health, diakses: 22 Juli 2018, 18:00 WIB). Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa akun @tanya_dokter lebih intens memberikan informasi kesehatan daripada akun @infia_health. Oleh karena itu lebih sering diperhatikan atau dikonsumsi oleh narasumber. Hal ini dapat dilihat pula ketika banyak narasumber yang lebih intens mengkonsumsi informasi dari akun @tanya_dokter daripada akun @infia_health. Dari semua narasumber, narasumber yang mengatakan lebih sering atau intens membuka maupun membaca postingan dari akun @tanya dokter yaitu Reza Iashal Estiko, Bagus, Daeng Catur, Miya, Indah Wira Syafitri, Andika suryo, Muhammad Lutfi, Rama Cakra Negara, Muhammad fadrin, Siska dan Firdia Bidari. Sedangkan narasumber yang lainnya seperti Izati Filza, Lutfi Safitri, Jasmine Aisyah, Syafira, Ramdhan Abdul, Muhammad Irvan Rimbadi, dan Izkia Azura mengaku lebih sering membuka atau membaca informasi dari akun @infia_health.

Pada penelitian ini, berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber tidak ditemukan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi dari segi ukuran dan penempatan objek maupun dari faktor motion atau gerakan. Hal tersebut dikarenakan semua postingan memiliki ukuran gambar yang sama dan gambar yang disajikan tidak bergerak objek yang diam.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil temuan data yang telah dianalisis menggunakan teori *uses and gratification*, teori komunikasi kesehatan, dan teori persepsi terhadap akun @infia_health dan @tanya_dokter dengan narasumber makasiswa fakultas kerdokteran UII diperoleh kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa kedokteran UII dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap postingan akun @Infia_Health dan @tanya_dokter di Instagram. Peneliti mengambil sampel 18 mahasiswa kedokteran UII yang terdiri dari angkatan 2015,2016 dan 2017. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Mahasiswa kedokteran UII mengetahui dan mengikuti akun @infia_health dan @Tanya_dokter. Menurut persepsi mahasiswa kedokteran, kedua akun tersebut mudah dipahami oleh semua kalangan. Kedua akun terkadang tidak mencantumkan sumber terlebih Akun @infia_health. Selain itu dalam segi desain narasumber ada yang lebih tertarik dengan gambar riil dan ada juga yang tertarik dengan gambar animasi, namun keduanya memiliki desain yang simple dan kontennya bermanfaat untuk menambah informasi dan pengetahuan.
2. Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi Mahasiawa Kedokteran UII terhadap akun @infia_health dan @tanya_dokter, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.
 - a. Faktor internal dipengaruhi oleh atensi, dimana atensi Mahasiswa Kedokteran UII mengkonsumsi akun tersebut saat melakukan aktivitas menonton tv, mendengarkan musik dan makan. Selain itu adanya kebutuhan akan informasi dan pengetahuan kesehatan sebagai tambahan referensi. Persepsi mahasiswa kedokteran juga dipengaruhi oleh suasana hati yang sedang santai, bosan dan jenuh saat menunggu.
 - b. Faktor exsternal yang mempengaruhi persepsi Mahasiswa Kedokteran UII menyukai warna yang cerah dan terang, selain itu pemberian gambar untuk memperjelas isi informasi yang menggunakan gambar animasi maupun gambar asli. Faktor lain yang mempengaruhi persepsi Mahasiswa Kedokteran UII adalah intensitas dalam memposting informasi, akun yang lebih sering membagi informasi akan memudahkan mahasiswa menemukan dan membaca informasi kesehatan di *time line*.