

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi kesehatan merupakan bentuk komunikasi antara tenaga kesehatan dengan pasien dan antara pasien dengan keluarga menjadi perhatian utama dalam komunikasi kesehatan. Saat ini yang sedang menjadi fenomena adalah autoimun Lupus, hal ini disebabkan karena rendahnya kesadaran masyarakat untuk mengetahui dampak, gejala dan pengobatan autoimun (Lupus). Sebaliknya, sistem kekebalan tubuh, yang menghasilkan *antibody* yang seharusnya bekerja untuk melawan infeksi yang disebut *antigen* seperti bakteri, virus, jamur, atau zat asing yang masuk kedalam tubuh dengan sendirinya. Untuk itu, antibiotik ini menyerang sel atau jaringan tubuh dan menimbulkan berbagai gangguan, tergantung bagian tubuh yang diserang, biasanya otot, jantung, paru-paru, ginjal, kulit, dan persendian. Penyebab yang mendasarinya mungkin berupa nyeri, peradangan, atau kerusakan jaringan (Amanda, 2020). Berdasarkan penelitian (Ayuningtyas, 2020) pasien yang mengidap penyakit lupus kemungkinan sembuhnya sangat kecil, maka dari itu dibutuhkan dukungan dari dokter, keluarga, teman, komunitas, maupun media sosial.

Ketika individu sehat dan sakit, mereka akan menghadapi berbagai reaksi. Jika seseorang sakit, dampaknya tidak hanya fisik tetapi juga mempengaruhi kondisi mental dan sosial. Penyakit pada tubuh membuat seseorang tidak nyaman pada dirinya sendiri. Saat orang lain sedang beraktivitas, orang yang sedang sakit sebaiknya menghentikan diri dari aktivitas seperti bekerja atau aktivitas lainnya. Dengan demikian, perkataan yang baik menjadi sesuatu yang sangat mereka sukai, terutama bagi Orang Dengan Lupus (ODAPUS). Setiap tahun, lupus autoimun naik menjadi 5 juta kasus, ini adalah sesuatu yang menarik perhatian publik dan media. Pada tahun 2014 terdapat 1.169 kasus dan 200 orang meninggal, pada tahun 2015 jumlah pasien lupus meningkat menjadi 1.336,

namun jumlah pasien yang meninggal menurun sekitar 110 orang. Pada tahun 2016, hampir dua kali lipat dibandingkan tahun 2014, terdapat 2.166 kasus lupus dan total 550 pasien meninggal dunia (Agustina, 2020). Berdasarkan penelitian Utami (2020) salah satu pengidap Orang Dengan Autoimun (ODAPI) yang kerap disapa Yuyun sudah hampir 3 tahun didiagnosa penyakit autoimun. Hal itu membuatnya pasrah karena ia mengetahui fakta bahwa hanya 3% saja pengidap ODAPI dapat sembuh (Ayuningtyas, 2020).

Komunikasi kesehatan saat ini berkembang pesat, apalagi dengan kemudahan akses jejaring sosial berkat teknologi digital, serta adanya media komunikasi yang ramah bagi berbagai lapisan masyarakat. Berbagai kelompok dan organisasi menggunakan ini untuk bertukar informasi kesehatan (Suri, Hidayat, & Halim, 2021). Salah satu bentuk komunikasi secara digital yakni dengan menggunakan media sosial *Instagram*. *Instagram* adalah suatu *platform* yang mempunyai jutaan pengguna. Penggunaanya pun beragam, dari anak-anak hingga orang tua. Mulai dari pelajar hingga pengusaha. Media sosial memiliki jejaring sosial yang besar, yang berfokus pada platform berbagi foto dan video, semakin populer hingga dapat dibandingkan dengan *Facebook* dan *Twitter*. Fitur-fitur menarik seperti *filter*, *instagram stories*, *reels*, *IGTV*, live dan fitur jejaring sosial lainnya yang membuat daya tarik *instagram* di hati para penggunanya. *Instagram* memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak keempat di Indonesia. *Instagram* tidak hanya digunakan sebagai media sosial tetapi telah digunakan untuk berkomunikasi untuk mempromosikan merek dan bisnis (Aripradono, 2020).

Dalam membuat kampanye kesehatan membutuhkan strategi untuk mencapai suksesnya kampanye. Kampanye merupakan tindakan untuk mendapatkan dukungan dengan menggunakan media komunikasi. Dengan kemajuan teknologi dapat memanfaatkan untuk media sosial seperti *Instagram* untuk berbagi informasi kesehatan yang terkait dengan lupus. Pemanfaatan media sosial *Instagram* tidak hanya sebagai media hiburan, media jualan dan media branding namun juga dapat digunakan untuk media kampanye. Program

kampanye yang banyak ditemukan di Instagram merupakan salah satu bentuk kepedulian dengan sesama dalam penyebaran informasi, pengetahuan, gagasan, kesadaran, wadah dan ide (Situmeang, 2020).

Sehubungan dengan itu penderita lupus membutuhkan *support system*. Salah satunya dari media sosial seperti *Instagram*. Pengidap lupus membutuhkan *support system*, *support system* merupakan suatu bentuk kenyamanan, perhatian, penghargaan, ataupun bantuan yang diterima individu dari orang yang berarti, baik secara perorangan maupun kelompok. Dukungan yang diberikan orang lain bisa berupa ungkapan empati, kepedulian, dan perhatian terhadap orang yang bersangkutan. Dukungan dapat diterima individu dari orang-orang terdekat maupun orang yang dihargai atau dihormati. Dukungan dapat bersumber dari keluarga, teman, komunitas, media sosial. Media sosial memiliki potensi besar di bidang kesehatan, kemampuannya menjangkau banyak orang secara real time. Promosi dan komunikasi kesehatan dilakukan dengan baik melalui media sosial karena efektif menjangkau banyak kalangan. Sesuatu yang kecil seperti ajakan untuk gaya hidup sehat atau mendidik masyarakat tentang pengelolaan penyakit tertentu dapat memiliki potensi kesehatan masyarakat yang sangat besar. Selain itu, perilaku yang mungkin tidak disadari orang yang mungkin memiliki persepsi masyarakat yang negatif terhadap penyakit (Sekarwulan, Novita, Jamil, & Safitri, 2020). *Instagram* menjadi salah satu alat komunikasi dan penyebar informasi disebarkan serta menjangkau khalayak luas membuat *instagram* menjadi alat komunikasi dan penyalur informasi yang mendistribusikan dan menjangkau audiens yang besar, menjadikan *instagram* kekuatan besar untuk mempengaruhi dan mendidik masyarakat, salah satunya kesehatan

Yayasan Lupus Indonesia (YLI) merupakan salah satu komunitas atau organisasi *nonprofit* yang bergerak di bidang kesehatan khususnya penyakit Lupus yang didirikan pada tahun 1998 yang berlokasi di Rumah Sakit Kramat 128, Jakarta. Berlandaskan visi membangun dan meningkatkan kualitas hidup ODAPUS dan mengiklankan kepada masyarakat secara menyeluruh dengan memberikan informasi yang akurat dan mengajak masyarakat untuk peduli dan

menyadarkan masyarakat akan gejala dan akibat penyakit lupus dan kesehatan. YLI sudah memiliki cabang di berbagai Kota di Indonesia seperti Jawa Timur, Yogyakarta, Makassar, dan Semarang. Tiara Savitri selaku Presiden Yayasan Lupus Indonesia (YLI) mencetuskan ide untuk membuat buku berisi informasi tentang poin-poin Sadari Lupus Sendiri (SALURI) dan Orang Dengan Lupus disebut ODAPUS. YLI bertujuan untuk memberikan edukasi kesehatan, khususnya tentang penyakit lupus atau SLE (*Systematic Lupus Erythematosus*), untuk mengurangi beban para penderita lupus, menggalang dana untuk orang-orang dengan dana terbatas, memperjuangkan kesejahteraan para penderita lupus dan mendirikan pelayanan medis (Tandyono, Tanumihardjo, & Haris, 2019).

Norman (Sekarwulan, Novita, Jamil, & Safitri, 2020) mengatakan bahwa media sosial memiliki potensi besar di bidang kesehatan. bentuk komunikasi “satu ke banyak” di perluas dengan variasi komunikasi “satu ke satu” dan “banyak ke banyak” dapat menjangkau banyak orang secara *real time*. Selain itu, tindakan yang mungkin tidak dipahami masyarakat dapat merugikan atau memiliki opini publik yang negatif tentang penyakit, dan hal-hal lain berpeluang besar untuk dikurangi dengan menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi dan promosi kesehatan. dilihat dari segi lokasi studi dimana tentunya memiliki karakteristik yang berbeda, dilihat dari subjek penelitiannya pun berbeda, dimana pada penelitian sebelumnya meneliti *Instagram @sobatdiabet*, sedangkan penelitian ini meneliti *Instagram @yayasanlupusindonesia*. Hal ini penting karena komunikasi kesehatan merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana kampanye kesehatan yang dilakukan oleh Yayasan Lupus Indonesia melalui media sosial *Instagram*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Kampanye Kesehatan Yayasan Lupus Indonesia di Media Sosial *Instagram*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kampanye Kesehatan Yayasan Lupus Indonesia di Media Sosial *Instagram*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang akan didapat, Adapun manfaatnya yaitu:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis dan masyarakat luas pada umumnya dalam mempelajari dan mendalami materi terkait Komunikasi Kesehatan di Media Sosial khususnya *Instagram*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis sebagai bahan sumber informasi, *referensi* bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi, mahasiswa lainnya yang ingin mengembangkan penelitian yang sama dan masyarakat secara umum yang membutuhkan informasi mengenai keilmuan terkait. Penulis juga berharap penelitian ini menjadi sumber referensi dalam kampanye kesehatan Yayasan Lupus Indonesia dikarenakan pentingnya media sosial sebagai alat kampanye atau penyampaian informasi kesehatan menjadi rujukan bagi komunitas yang bergerak dibidang kesehatan lainnya tentang pentingnya peran media sosial dalam kampanye kesehatan.