

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebelum munculnya era digital, masyarakat masih menggunakan media elektronik seperti televisi dan radio, di mana, untuk memperoleh informasi dan melakukan komunikasi masih sangat terbatas. Berbeda dengan sebelumnya, sekarang masyarakat lebih dimudahkan dengan adanya akses internet karena sudah dapat melakukan komunikasi dan memperoleh informasi dengan lebih mudah tanpa adanya batasan ruang dan waktu, dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Kehadiran internet tidak hanya berfungsi untuk melakukan komunikasi tapi juga dapat menjadi platform untuk membuat atau membagikan konten dalam bentuk gambar, video, audio, maupun teks. Platform-platform digital saat ini memanfaatkan internet untuk menghubungkan para penggunanya.



Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

**Gambar 1.1 Tren Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024**

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari 278,7 juta jiwa populasi masyarakat yang ada di Indonesia, terdapat 185,3 juta populasi jiwa sebagai pengguna internet, dan

penggunaan media sosial sebanyak 139 juta jiwa. Dengan adanya internet, masyarakat dapat mengakses media sosial yang dapat digunakan untuk menggunakan platform-platform dan mengakses web yang telah tersedia. Platform-platform tersebut berupa Instagram, Facebook, X, Youtube, Whats App, dan platform lainnya. Platform media sosial dapat berfungsi sebagai media yang digunakan untuk memudahkan para penggunanya untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi, membuat dan membagikan konten, melakukan bisnis, edukasi, kreativitas, dan lain sebagainya. Banyaknya fungsi yang diperoleh dari media sosial, menjadikan media sosial sebagai hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari.



Salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Dilansir dari Liputan6.com (<https://www.liputan6.com/teknologi/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya?page=2>), Instagram merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk berbagi foto dan video, serta memungkinkan para penggunanya untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan aktivitas jejaring lainnya. Instagram didirikan oleh perusahaan Burbn, Inc pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang sekarang menjadi CEO Instagram. Pada April 2012, Facebook mengambil alih Instagram sebesar hampir \$1 Miliar dalam bentuk tunai dan saham. Logo Instagram berbentuk kamera polaroid yang menggambarkan aplikasi dan video instan.

**JAN 2024** **TOP WEBSITES: SIMILARWEB RANKING**  
(RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN DECEMBER 2022 AND NOVEMBER 2023)

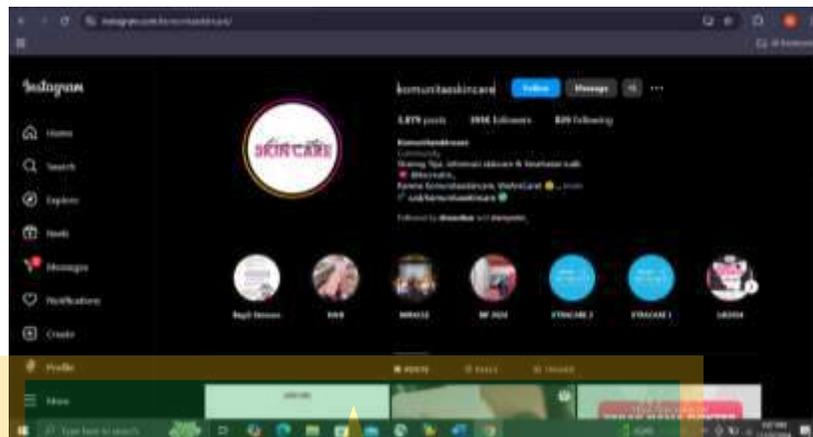
#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	AVERAGE TIME ON SITE	AVERAGE BOUNCE RATE
01	GOOGLE.COM	1.97 B	111 M	8M 06S	8.3
02	YOUTUBE.COM	814 M	63.9 M	19M 29S	11.2
03	FACEBOOK.COM	422 M	31.9 M	8M 23S	7.6
04	INSTAGRAM.COM	222 M	34.7 M	8M 18S	11.4
05	WHATSAPP.COM	191 M	29.8 M	16M 03S	1.7
06	SHOPEE.CO.ID	184 M	22.4 M	6M 11S	4.7
07	TIKTOK.COM	177 M	25.3 M	12M 02S	13.1
08	BEKRAF.CO.ID	155 M	28.9 M	4M 37S	3.0
09	KOMPAS.COM	143 M	31.4 M	3M 57S	2.3
10	TRIBUNNEWS.COM	138 M	37.2 M	3M 55S	1.7
11	TKORFESIA.COM	103 M	34.7 M	7M 37S	6.8
12	WAZEKU.COM	82.4 M	12.7 M	8M 01S	11.3
13	999.COM	77.1 M	8.97 M	6M 51S	12.6
14	HOSTIDR.COM	77.1 M	31.0 M	6M 20S	6.4
15	TRIKOL.COM	71.3 M	34.1 M	3M 33S	7.9
16	WIRPIDA.ORG	68.4 M	21.3 M	3M 40S	2.8
17	OPENAL.COM	67.6 M	9.67 M	5M 47S	3.9
18	SAZADA.CO.ID	64.2 M	27.9 M	4M 50S	2.2
19	NETURUME	62.2 M	10.7 M	3M 12S	3.1
20	CHINHOCHESA.COM	58.1 M	18.6 M	1M 38S	3.0

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

**Gambar 1.3 Top Websites: Similarweb Ranking Januari 2024**

Pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa terdapat top 20 *websites* yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2024 dan Instagram menjadi *website* nomor empat yang paling banyak dikunjungi berdasarkan penilaian dari Similarweb. Instagram tidak hanya dapat mengunggah video dan foto, tetapi terdapat fitur-fitur lain yang dapat dinikmati oleh para penggunanya. Fitur-fitur tersebut adalah komentar dan Like, Instastory, Instagram Live, Filter, Reels, dan lain-lain.

Saat ini, Instagram menjadi media yang menarik dan menghibur serta dapat memberikan informasi dan mengedukasi para penggunanya. Instagram tidak hanya menjadi platform untuk membuat konten, tetapi juga dapat menjadi media untuk menyebarkan informasi dan edukasi untuk meningkatkan kesadaran mengenai suatu hal. Media sosial dapat pula menjadi media yang digunakan untuk berdiskusi, berbagi ide, dan belajar dari sudut pandang orang lain yang dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman sehingga dapat mengurangi kesalahpahaman yang ada di masyarakat.



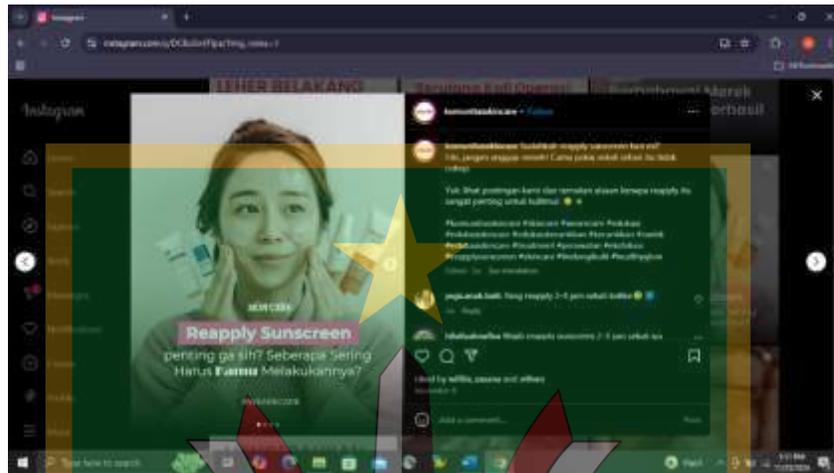
Sumber: Instagram @komunitasskincare

### Gambar 1.4 Akun Instagram @komunitasskincare

Hal tersebut dimanfaatkan oleh @komunitasskincare untuk membagikan informasi dan edukasi mengenai tips kecantikan dan perawatan wajah. Akun tersebut sudah mulai aktif pada 15 Juli 2020. Per tanggal 23 November 2024, akun @komunitasskincare sudah memiliki *followers* sebanyak 391 ribu dan memiliki 3.879 kiriman. Konten-konten yang disajikan pada akun tersebut berupa tips perawatan kulit, tips menggunakan *make up*, penjelasan mengenai permasalahan kulit, edukasi tentang penggunaan dan kandungan *skincare*, hingga video-video yang mengundang dokter untuk membahas mengenai kesehatan kulit. Selain itu, komunitas ini juga memberikan informasi mengenai hoaks-hoaks yang beredar mengenai permasalahan kulit.

Komunitas ini didirikan oleh Adi Agus Pramana. Komunitas tersebut dibentuk dengan tujuan sebagai tempat berbagi tips dan edukasi mengenai perawatan kulit, dan permasalahan kulit pejuang jerawat serta para pejuang kulit sehat. Dalam komunitas ini, permasalahan jerawat menjadi isu utama. Hal tersebut karena pemilik komunitas ini merupakan seorang *acne fighter* (pejuang jerawat). Kemudian ia mencari tahu tentang tips-tips dan permasalahan jerawat. Sejak saat itu, ia terpikir pentingnya merawat wajah. Saat itu, banyaknya DIY (*Do It Yourself*) atau solusi rumahan untuk mengatasi masalah wajah. Namun, dengan menerapkan DIY (*Do It Yourself*) tersebut.

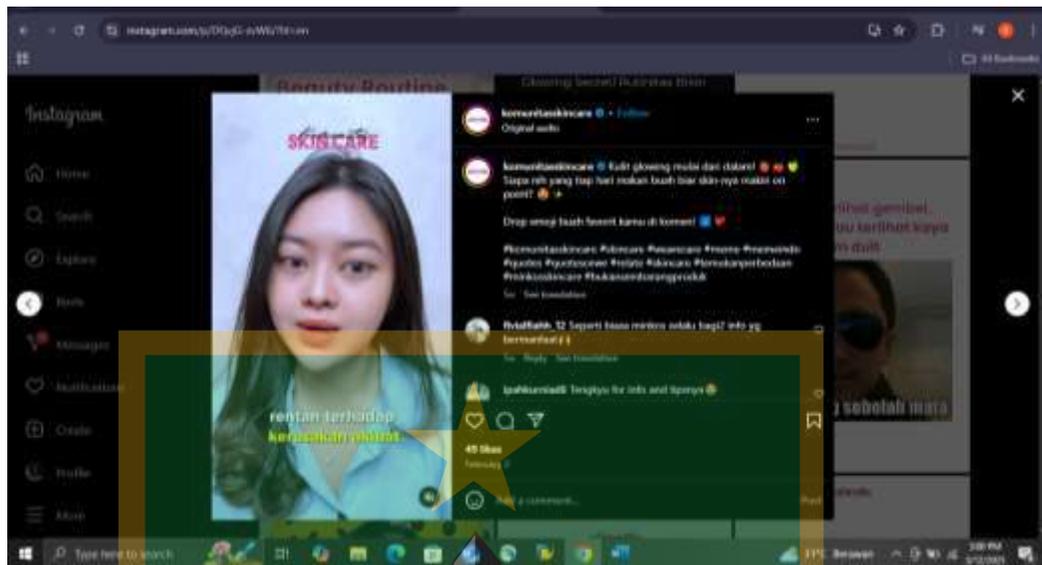
membuat kondisinya semakin parah. Ia menyadari bahwa solusi yang ia dapatkan adalah hoaks. Oleh karena itu, ia memiliki keinginan untuk memiliki platform yang mengedukasi.



Sumber: Sumber: Instagram @komunitasskincare

**Gambar 1.5** Konten pada Akun @komunitasskincare

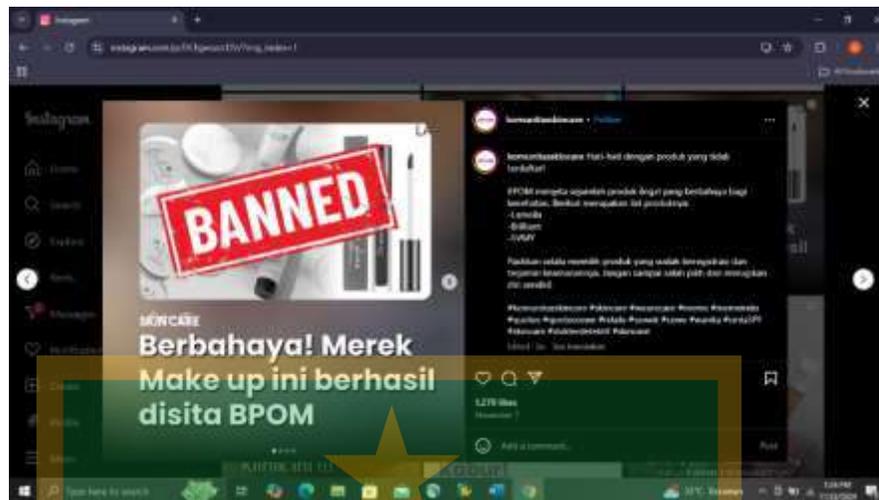
Salah satu konten edukasi yang disajikan pada akun @komunitasskincare adalah mengenai pentingnya mengaplikasikan ulang penggunaan tabir surya (*sunscreen*). Konten tersebut berisikan tulisan yang memberikan informasi bahwa tabir surya (*sunscreen*) memiliki kandungan *Sun Protection Factor* yang sangat penting untuk melindungi kulit dari kerusakan akibat paparan sinar ultraviolet. Dalam tulisan tersebut juga dijelaskan, kandungan aktif yang terdapat pada tabir surya (*sunscreen*) dapat memudar akibat paparan sinar matahari yang menyebabkan turunnya efektivitas lapisan tabir surya (*sunscreen*) di kulit.



Sumber: Sumber: Instagram @komunitasskincare

### **Gambar 1.6 Konten pada Akun @komunitasskincare**

Konten edukasi lain yang terdapat pada akun Instagram @komunitasskincare ditunjukkan oleh gambar 1.6. Gambar 1.6 menunjukkan sebuah video yang menjelaskan penyebab kulit kering, kusam, dan mudah timbul jerawat, seperti kekurangan nutrisi dari buah sehingga dapat membuat kulit kehilangan kelembaban sehingga menjadi kusam dan lebih rentan terhadap kerusakan akibat paparan sinar matahari. Selain itu, video tersebut juga merekomendasikan buah yang dapat dikonsumsi untuk menjaga kesehatan kulit, seperti jeruk yang mengandung vitamin C dan berfungsi untuk memproduksi kolagen agar kulit tetap elastis. Selain jeruk, buah tomat juga mengandung vitamin C yang dapat mencegah kerusakan kulit akibat sinar matahari. Terakhir, video tersebut menjelaskan bahwa buah apel dapat membuat kulit cerah, lembab, dan bebas dari jerawat. Konten tersebut memberikan informasi kepada para pengikutnya untuk tetap mengonsumsi buah-buahan agar kulit tetap sehat.



Sumber: Sumber: Instagram @komunitasskincare

**Gambar 1.7 Konten pada Akun @komunitasskincare**

Konten informasi lain yang disajikan pada akun @komunitasskincare, yaitu mengenai merek-merek kosmetik yang berhasil disita oleh BPOM. Dalam informasi tersebut dijelaskan bahwa BPOM telah memberikan sejumlah nama produk kosmetik ilegal yang berhasil disita. Konten tersebut dapat memberikan informasi dan edukasi bagi para pengguna kosmetik agar selalu berhati-hati dan memastikan bahwa produk yang akan digunakan sudah teregistrasi dan terjamin keamanannya.

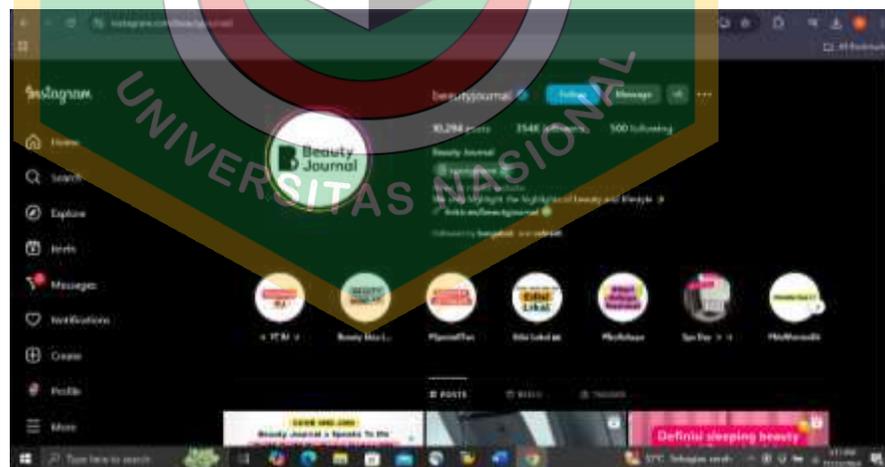
Adapun akun-akun serupa yang membahas seputar perawatan kulit dan kecantikan. Diantaranya adalah akun @beautychannel.id. Perbedaan konten yang disajikan pada akun @beautychannel.id dengan @komunitasskincare, yaitu akun @beautychannel.id lebih membahas ulasan mengenai suatu produk. Contohnya adalah ulasan pada produk kosmetik, *skincare*, *parfume*, dan lain sebagainya. Selain itu, akun Instagram yang membahas hal serupa adalah @beautyjournal. Konten yang disajikan pada akun Instagram @beautyjournal adalah artikel dan video yang memberikan beragam informasi mengenai tips dan trik, informasi, tutorial, dan inspirasi, rekomendasi produk. Perbedaan akun @beautyjournal dengan akun @komunitasskicare, yaitu akun @beautyjournal tidak hanya membahas seputar

perawatan kulit dan kecantikan, tetapi juga membahas tempat populer dan *outfit*.



Sumber: Sumber: Instagram @beautychannel.id

**Gambar 1.8 Akun Instagram @beautychannel.id**



Sumber: Sumber: Instagram @beautyjournal

**Gambar 1.9 Akun Instagram @beautyjournal**

Banyaknya *followers* yang telah diperoleh @komunitasskincare saat ini, dapat dikatakan sebagai kesuksesan. Untuk mendapatkan banyaknya *followers*, maka harus memiliki strategi khusus dan tentunya pengguna Instagram yang mengikuti suatu akun berdasarkan dengan minat, kesukaan, hobi, dan lain-lain sesuai dengan kebutuhan dari para pengguna. Sama halnya dengan para *followers* dari akun @komunitasskincare. Tentunya para *followers* memanfaatkan konten yang diunggah oleh @komunitasskincare sebagai sarana media untuk memperoleh informasi dan edukasi.

Pentingnya edukasi dan informasi mengenai perawatan kulit yang tidak hanya memberikan pemahaman terhadap suatu produk tetapi juga tips menjaga kesehatan kulit dengan tepat, menghindari kesalahan mengenai penggunaan suatu produk, dan mengenal jenis kulit sesuai dengan kebutuhan. Dilansir dari Alodokter (<https://www.alodokter.com/alasan-pentingnya-menjaga-kesehatan-kulit-wajah>), menjaga kesehatan kulit wajah sangat penting. Kondisi kulit yang lembab dan hangat dapat menjadi pertumbuhan virus, bakteri, hingga parasit. Jika tidak kesehatan dan kebersihan kulit tidak dijaga, hal tersebut dapat berisiko terhadap pertumbuhan jerawat dan masalah kulit lainnya.



Sumber: Instagram @komunitasskincare

**Gambar 1.10** Konten pada Akun Instagram @komunitasskincare

Pada gambar 1.10 menunjukkan bahwa adanya ketidaktahuan pengguna *skincare* mengenai kandungan produk yang digunakan. Awalnya penggunaan produk tersebut untuk meratakan warna kulit akibat sinar matahari. Namun, ternyata produk yang digunakan mengandung bahan yang berbahaya, yaitu merkuri. Penggunaan produk yang mengandung merkuri tersebut memberikan efek samping, yaitu kulitnya menjadi cerah dan merata setelah beberapa bulan penggunaan. Setelah dua tahun pemakaian, terdapat flek hitam dan bintik-bintik pada wajahnya semakin meluas dan memburuk.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya informasi dan literasi dalam penggunaan *skincare* mengenai kandungan yang terdapat pada *skincare* yang digunakan sehingga memberikan dampak negatif dalam jangka panjang. Banyaknya pengguna yang hanya fokus pada hasil yang instan tanpa memikirkan kandungan dan efek dari penggunaan *skincare*.

Selain itu, banyaknya masyarakat yang sudah semakin kritis mengenai kandungan-kandungan yang terdapat pada produk *skincare*. Salah satu ahli yang berkontribusi dalam hal tersebut yang saat ini sedang viral adalah Dokter Detektif. Ia membahas produk *skincare* berdasarkan dengan bukti klinis. Konten-konten Dokter Detektif yang mengulas produk *skincare* secara objektif telah menarik perhatian masyarakat di platform media sosial.



Sumber: Instagram @komunitasskincare

**Gambar 1.11 Konten pada Akun Instagram @komunitasskincare**

Gambar 1.11 menunjukkan beberapa produk *skincare* yang sudah di-*approved* oleh Dokter Detektif dan juga kandungan yang terdapat pada produk-produk tersebut. Akun Instagram @komunitasskincare memberikan edukasi mengenai *skincare* di media sosial Instagram dengan memberikan informasi yang valid berdasarkan riset dan pendapat ahli. Dengan adanya akun Instagram @komunitasskincare, dapat membantu untuk melawan informasi yang bersifat hoaks dan misinformasi mengenai perawatan dan permasalahan kulit.

Dalam hal ini, penulis memfokuskan penelitian kepada akun Instagram @komunitasskincare. Alasan penulis memilih akun Instagram @komunitasskincare karena akun tersebut berisi berbagai macam konten berupa tips menjaga kesehatan kulit yang bersifat informatif dan edukatif untuk *followers*-nya. Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai perawatan dan permasalahan kulit, masih banyak individu yang belum memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai pemilihan produk yang aman dan sesuai dengan kondisi kulit mereka. Tidak sedikit dari mereka yang terjebak dari mereka yang menggunakan produk-produk yang berbahaya atau tidak sesuai dengan kondisi kulit mereka sehingga dapat berdampak negatif pada kulit. Dalam konteks ilmu komunikasi, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai penggunaan media sosial, khususnya Instagram yang dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang edukatif dan bagaimana informasi disampaikan secara efektif sehingga dapat mencegah penyebaran informasi yang salah mengenai perawatan dan permasalahan kulit.

Oleh sebab itu, penting untuk menganalisis bagaimana akun @komunitasskincare memberikan informasi yang edukatif dalam memberikan pengetahuan yang dapat membantu meningkatkan literasi para *followers*-nya dalam merawat kulit yang benar. Selain itu, meski akun tersebut banyak diminati, perlu memahami lebih lanjut mengenai pemanfaatan akun Instagram @komunitasskincare dalam memberikan informasi dan edukasi yang bermanfaat. Perlunya pemahaman lebih lanjut mengenai keoptimalan dalam menarik perhatian dan sejauh mana konten

yang diunggah dapat memberikan nilai positif dalam hal informasi dan edukasi bagi para *followers*-nya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas, maka rumusan masalah untuk penelitian yang sedang dilakukan penulis adalah “Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Akun @komunitasskincare dalam Memberikan Informasi dan Edukasi?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah penulis ingin menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @komunitasskincare dalam memberikan informasi dan edukasi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan serta berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan khususnya pada komunikasi digital dan media sosial.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau rujukan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti topik serupa.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat berguna untuk pengembangan konten, dan memberikan *insight* kepada akun Instagram @komunitasskincare. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan Instagram dalam memberikan informasi dan edukasi yang akurat, valid, dan menarik.
- b. Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat menjadi informasi awal bagi penelitian yang serupa di masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya memilih informasi yang akurat dan valid mengenai perawatan dan permasalahan kulit kepada para pengikutnya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk mempermudah penulis dalam membuat proses penelitian yang telah disusun secara rinci. Berikut merupakan sistematika penulisan antara lain:

### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah yang melandasi penelitian, yaitu mengenai pemanfaatan akun Instagram @komunitasskincare bagi para *followers*-nya dengan mengangkat judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Akun @komunitasskincare dalam Memberikan Informasi dan Edukasi”. Bab ini juga terdapat rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis yang akan diperoleh, dan sistematika penulisan yang menggambarkan struktur penelitian ini.

### **BAB II                    TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan rujukan dalam penyusunan skripsi ini dan memudahkan peneliti untuk mencari data yang sudah tervalidasi. Bab ini juga berisi mengenai teori yang digunakan, yaitu Teori Pemrosesan Informasi Sosial, konsep yang sesuai dengan judul, yaitu Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Akun @komunitasskincare dalam Memberikan Informasi dan Edukasi, dan kerangka pemikiran untuk menguraikan hubungan dengan konsep yang mendukung analisis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan mengenai metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian, yaitu penelitian kualitatif dan cara untuk meneliti, seperti paradigma yang digunakan adalah kontstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penentuan informan sesuai dengan kriteria, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data muali dari wawancara dan dokumentasi hingga jadwal penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, penulis membahas tentang gambaran umum, seperti profil dari akun Instagram @komunitasskincare, sejarah dari akun @komunitasskincare, visi dan misi, dan tujuan dari akun @komunitasskincare. Bab ini juga berisikan hasil penelitian berdasarkan dari proses pengumpulan data yang telah diperoleh sebelumnya serta pembahasan untuk menganalisis data tersebut sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah ditentukan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini, penulis membuat kesimpulan untuk merangkum hasil yang telah ditemukan dalam penelitian ini dan memberikan saran yang ditunjukkan pada pihak-pihak terkait