

GAMBARAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL OLEH BIDAN DI WILAYAH

RANTING CIBEUNYING KOTA BANDUNG TAHUN 2023

Rina Apriani Sundari¹, Ira Kartika², Eva Riantini³, Yeti Hernawati⁴, Sri Henyati⁵

¹Sarjana Kebidanan, STIKes Dharma Husada Bandung

email: bidanrina.telkomeditika@gmail.com

Abstract

Midwives must be fully integrated into the health service delivery system. Observing the benefits of health education is that it can improve the health efforts of a person or group through the provision of information through social media. One of the health education efforts can be done through social media, where social media is a website-based site that can form a network so that it allows someone to interact in a community. Based on the phenomenon, the aim of this study was to find out the use of social media by midwives in the city of Bandung in 2023. This research method uses a descriptive quantitative approach. This research was conducted on 87 midwives in the Cibeunying branch of Bandung City from May to June 2023 using a non-probability sampling technique, namely total sampling. The results of the study showed that all respondents in this study, namely midwives, had social media, with the majority having a good level of knowledge about social media. The type of social media used is that all midwives have Facebook and WhatsApps. The function of creating social media by midwives is for communication and health education/promotion. While the purpose of making social media at work by the majority of midwives as many as 47 people (54%) answered as a means of sharing health information.

Keywords: Midwives, Social Media, Health

Abstrak

Bidan harus sepenuhnya terintegrasi ke dalam sistem pemberian pelayanan Kesehatan. Mencermati manfaat dari pendidikan kesehatan yaitu dapat meningkatkan upaya kesehatan seseorang atau kelompok melalui pemberian informasi melalui media sosial. Salah satu upaya pendidikan kesehatan bisa dilakukan melalui media sosial, dimana media sosial adalah situs berbasis website yang dapat membentuk jaringan sehingga memungkinkan seseorang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Berdasarkan fenomena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial oleh bidan di Kota Bandung tahun 2023. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat deskriptif. Penelitian ini dilakukan terhadap 87 bidan yang ada di ranting Cibeunying Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 menggunakan Teknik *non-probability sampling* yaitu total sampling. Hasil penelitian diperoleh menunjukkan bahwa semua responden pada penelitian ini yaitu bidan memiliki media sosial, dengan mayoritas tingkat pengetahuan mengenai media sosial tergolong baik. Jenis Media sosial yang digunakan yaitu seluruh bidan memiliki facebook dan WhatsApps. Fungsi pembuatan media sosial oleh bidan adalah untuk komunikasi dan edukasi/promosi kesehatan. Sedangkan tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan mayoritas sebanyak 47 orang (54%) menjawab sebagai sarana membagikan informasi Kesehatan.

Kata kunci : Bidan, Media sosial, Kesehatan

I. PENDAHULUAN

Saat ini peradaban baru teknologi informasi sudah memasuki era digitalisasi. Seiring dengan waktu, pemerintah mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk memberikan pelayanan masyarakat yang lebih maksimal. Implementasi sistem informasi dan teknologi komunikasi menjadi berkembang, hal ini memunculkan ide

berupa penciptaan tata kelola masyarakat. Ide besar dan langkah kreatif pun muncul dengan hadirnya istilah *Smart City*¹. *Smart City* (Kota cerdas) didefinisikan sebagai kota yang mampu menggunakan sumber daya manusia, modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dengan

manajemen sumber daya yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat²

Menurut *We Are Social*, sebuah perusahaan yang melakukan kajian pemanfaatan digital sosial dan handphone di seluruh dunia, menyatakan bahwa pengguna internet di dunia per Januari 2021 berjumlah 4,66 miliar atau 59,5 % populasi dan pengguna media sosial berjumlah 4,20 miliar atau 53,6 % dengan peringkat 5 besar platform terbanyak digunakan yaitu *Facebook* (2,740 juta orang), *Youtube* (2,291 juta orang), *Whatsapp* (2,000 juta orang), *Facebook Messenger* (1,300 juta orang) dan *Instagram* (1,221 juta orang).

Media sosial berpotensi untuk melakukan promosi kesehatan dan intervensi kesehatan. Keefektifan media sosial dalam promosi kesehatan terbukti meningkatkan pemahaman dan memberikan dukungan kepada masyarakat untuk terus hidup sehat³. Kehadiran media sosial memperluas jangkauan organisasi, mendukung permintaan pasien dalam membuat janji temu kunjungan di fasilitas kesehatan, serta dapat meningkatkan citra organisasi maupun individu tenaga medis⁴. Media sosial memegang peran penting dalam akses dan penyebaran informasi kesehatan. Pengaksesan informasi kesehatan dapat dilakukan dengan mudah secara daring dan dapat diakses oleh siapapun. Selain pengaksesan informasi di media sosial oleh masyarakat, media sosial juga berperan penting dalam penyebarluasan informasi kesehatan oleh berbagai fasilitas pelayanan kesehatan khususnya rumah sakit sebagai media pendukung reputasi dan kemampuannya untuk menarik pasien⁵.

Sebagian besar masyarakat kota Bandung merupakan pengguna media sosial. Penggunaan media sosial yang awalnya didominasi kaum remaja, saat ini sudah merambah ke berbagai usia dan kalangan. Wanita dewasa termasuk Bidan saat ini aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi kesehatan. Informasi edukasi terbaru maupun sebagai sarana marketing untuk kemajuan usaha yang dimiliki oleh Bidan, Tingginya penggunaan media sosial ini didukung

oleh fasilitas kekuatan sinyal internet yang baik terutama di wilayah Jawa Barat. Wilayah Kota Bandung ini berada di Jawa Barat sehingga memiliki akses teknologi informasi yang baik. Masyarakat Kota Bandung cenderung lebih maju.⁶

Dalam bermedia social, banyak sekali yang terjadi dimana tenaga kesehatan sebagai contoh adanya fenomena atau kasus yang terjadi dimana tenaga kesehatan menggunakan media social tidak menggunakan kode etik yang dimiliki. Profesi di dunia medis selama ini dianggap sebagai pekerjaan yang bergengsi sekaligus penug tanggung jawab. Namun, anggapan ini sempat tercoreng karena konten oknum nakes dianggap tak laying di umbak ke public. Sebuah survei yang dilakukan pada 4.000 dokter di sebuah situs internet menunjukan bahwa 90 persen dokter menggunakan media social untuk aktifitas personal dan 65 persen dokter menggunakannya untuk keperluan profesi. Padahal menggunakan media social selama ini dia anggap sangat bermanfaat untuk edukasi masyarakat.

Media sosial saat ini bisa menjadi menguntungkan bahkan bisa menjadi malapetaka bagi penggunanya. Di salah satu media sosial terdapat berbagai kasus yang dialami oleh tenaga kesehatan. Bahkan tidak menutup kemungkinan seorang tenaga kesehatan dapat maju dalam usahanya di bidang kesehatan melalui media sosial seperti facebook, twiter, tiktok, instagram dan masih banyak lagi. Tujuan penggunaan media sosial adalah untuk mengumumkan berita, informasi, dan kegiatan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Media Sosial

Dalam buku Gohar F. Khan yaitu *Social Media for Government* media sosial merupakan platform yang dapat digunakan dalam berbagi opini, informasi, konten yang edukatif, informatif, sindiran, serta kritik⁷. Media sosial yaitu media internet yang dapat digunakan untuk berbagi, bekerjasama, berinteraksi ataupun berkomunikasi kepada sesama pengguna media internet yang dilakukan secara virtual⁸.

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Berbagai jenis media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan masyarakat di seluruh dunia⁹

Jenis Media Sosial

1. Facebook

Facebook merupakan sebuah media sosial yang dapat menyediakan layanan dalam jejaring sosial. Adapun komponen pada Facebook yaitu :

- a. Nama facebook page
- b. Profil
- c. Post, yaitu konten yang dapat berupa gambar, video, teks, maupun tautan
- d. Tentang, yaitu informasi pribadi milik pemilik akun
- e. Jenis interaksi, yaitu like, comment and share

2. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang dapat digunakan dalam berbagai konten yang dapat dibagikan dalam bentuk gambar dan video. Adapun komponen pada Instagram yaitu :

- a. Nama akun
- b. Profil
- c. Profil Bio
- d. Instagram stories, yaitu tempat berbagai konten gambar dan video dalam durasi singkat yaitu selama 15 detik dan bertahan dalam 24 jam
- e. Instagram feed, yaitu tempat berbagai konten gambar dan video yang dapat diunggah berupa slideshow

3. Twitter

Twitter merupakan media sosial microblogging yang dapat digunakan dalam berbagai konten dengan berbagai karakter tulisan. Adapun komponen pada twitter yaitu :

- a. Nama pengguna
- b. Bio profil
- c. Profil
- d. Gambar header

- e. Kicauan, yaitu tulisan yang dapat disertakan juga dalam bentuk gambar maupun video
- f. Jenis interaksi, yaitu tweet, retweet, reply, follow, message, dan like

4. Youtube

Youtube merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk berbagai video. Adapun komponen youtube yaitu :

- a. Thumbnail, yaitu sampul video
- b. Judul
- c. Isi , yaitu konten video
- d. Jenis interaksi, yaitu subscribe, share, like, dislike, dan comment.

5. WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi yang dirancang untuk mempermudah komunikasi di tengah perkembangan teknologi saat ini. WhatsApp merupakan bagian dari media sosial yang memudahkan dan memungkinkan semua penggunanya dapat berbagi informasi. Penggunaan WhatsApp telah dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat karena penggunaannya yang mudah. WhatsApp banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berkomunikasi kepada tujuan individu/masyarakat itu sendiri.

6. Telegram

Telegram adalah sebuah aplikasi pesan instan yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, gambar, video, dan berbagai jenis file lainnya secara cepat dan aman.

Fungsi Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- 1) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- 2) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial

- manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- 3) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.
- ### Pelanggaran Media
- Berikut ini adalah ringkasan poin-poin yang perlu dihindari saat menggunakan media sosial agar tidak terjebak dalam pelanggaran Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE):
- 1) **Penghinaan dan Pencemaran Nama Baik:** Dalam media sosial, penting untuk menghindari menghina atau mencemarkan nama baik individu atau lembaga. Pasal 45 ayat (3) UU ITE mengancam pidana penjara hingga 4 tahun dan/atau denda maksimal Rp750.000.000,00 bagi siapa pun yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan, mentransmisikan, atau membuat informasi elektronik atau dokumen elektronik yang merugikan reputasi dan nama baik orang lain.
 - 2) **Pelanggaran Kesusilaan:** Jangan menyebarluaskan konten yang melanggar norma kesusilaan. Sesuai Pasal 45 ayat (1) UU ITE, orang yang tanpa hak dengan sengaja mendistribusikan, mentransmisikan, atau membuat informasi elektronik atau dokumen elektronik yang melanggar norma kesusilaan dapat dihukum dengan pidana penjara maksimal 6 tahun dan/atau denda hingga Rp1.000.000.000,00.
 - 3) **Penyebaran Berita Bohong yang Merugikan Konsumen:** Hindari menyebarkan berita palsu atau menyesatkan yang dapat merugikan konsumen. Pasal 45A ayat (1) UU ITE mengancam hukuman penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda hingga Rp1.000.000.000,00 bagi orang yang sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong atau menyesatkan yang berdampak negatif pada transaksi elektronik dan konsumen.
 - 4) **Penyebaran Kebencian atau Permusuhan Berdasarkan SARA:** Jauhi penyebaran informasi yang bertujuan menimbulkan kebencian atau permusuhan berdasarkan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA). Sesuai Pasal 45A ayat (2) UU ITE, tindakan seperti itu bisa berakibat pada pidana penjara maksimal 6 tahun dan/atau denda hingga Rp1.000.000.000,00.

Menurut UU Nomor 36 Tahun 2014 tentang Tenaga Kesehatan, pengertian tenaga kesehatan yaitu setiap orang yang mengabdikan diri dalam bidang kesehatan serta memiliki pengetahuan dan/atau keterampilan melalui pendidikan di bidang kesehatan yang untuk jenis tertentu memerlukan kewenangan untuk melakukan upaya kesehatan. Profesi kesehatan merupakan profesi mulia yang tujuan utamanya adalah membantu dan menolong manusia lainnya. Seorang Bidan, perawat, dokter dan tenaga kesehatan lainnya seharusnya memiliki etika yang baik dalam melayani pasien atau kliennya dalam pelayanan kesehatan. Tanpa etika yang baik, paramedis atau tenaga kesehatan tidak akan pernah bisa memberikan pelayanan prima ke pasien yang mana pelayanan prima akan menentukan mutu suatu pelayanan itu sendiri.

Kode etik yang dimiliki oleh profesi tenaga kesehatan harus selalu diterapkan sebagai upaya untuk menciptakan pelayanan kesehatan yang bermutu. Pelayanan kesehatan yang bermutu yaitu pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Pelayanan yang sesuai dengan standar memiliki dampak yang lebih besar terhadap citra profesi tenaga kesehatan dan fasilitas kesehatan yang ada.

Pemanfaatan Media

- 1) promosi penjualan merupakan segala bentuk penawaran atau insentif jangka pendek yang ditujukan bagi pembeli,

- pengecer atau pedagang grosir dan dirancang untuk memperoleh respons spesifik dan segera.
- 2) Edukasi terdiri dari berbagai bidang atau materi salah satunya yaitu edukasi kesehatan. Edukasi kesehatan merupakan aktivitas yg bertujuan meningkatkan pengetahuan & kesadaran masyarakat guna memelihara dan meningkatkan kesehatan sendiri. Oleh karena itu, edukasi kesehatan perlu dilakukan agar dapat merubah seseorang dari segi pengetahuan, sikap maupun perilaku.
 - 3) Hiburan adalah suatu bentuk kegiatan yang menarik perhatian dan minat penonton atau memberikan kesenangan dan kesenangan. Ini bisa berupa ide atau tugas, tetapi lebih cenderung menjadi salah satu kegiatan atau peristiwa yang telah berkembang selama ribuan tahun khusus untuk tujuan menjaga perhatian audiens. Pada umumnya hiburan dapat berupa permainan video, musik, film, opera, drama, ataupun berupa permainan bahkan olahraga. Berwisata juga dapat dikatakan sebagai upaya hiburan dengan menjelajahi alam ataupun mempelajari budaya. Mengisi kegiatan pada waktu senggang seperti membuat kerajinan, keterampilan, membaca juga dapat dikategorikan sebagai hiburan
 - 4) marketing adalah kegiatan sosial dan pengaturan yang dikerjakan oleh individu atau kelompok agar mendapatkan apa yang diinginkan, dengan cara membuat suatu produk kemudian menukarnya dengan nominal yang sudah disepakati.

Pengertian Bidan

Menurut UU No 4 tahun 2019 menjelaskan bahwa Bidan (bahasa Inggris: midwife) adalah seseorang yang telah mengikuti program pendidikan bidan yang diakui di negaranya dan telah lulus dari pendidikan tersebut, serta memenuhi kualifikasi untuk didaftarkan (register) dan atau memiliki izin yang sah (lisensi) untuk melakukan praktik bidan. Definisi ini ditetapkan melalui kongres ICM (International Confederation of Midwives) ke-27 yang dilaksanakan pada bulan Juli tahun 2005 di Brisbane Australia.¹⁰

Menurut Undang-undang No. 36 Tahun 2014 tentang Tenaga Kesehatan, bidan

adalah tenaga kesehatan yang dikelompokkan ke dalam tenaga kebidanan, memiliki kewenangan untuk melakukan pelayanan kesehatan ibu, pelayanan kesehatan anak, dan pelayanan kesehatan reproduksi perempuan dan keluarga berencana. Di dalam keadaan tertentu yakni suatu kondisi tidak adanya Tenaga Kesehatan yang memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan serta tidak dimungkinkan untuk dirujuk maka seorang bidan dapat memberikan pelayanan kedokteran dan/atau kefarmasian di luar kewenangannya dalam batas tertentu.¹¹

Profesi Bidan

Bidan diakui sebagai tenaga profesional di dalam bidang kesehatan yang bertanggung-jawab dan akuntabel, yang bekerja sebagai mitra perempuan untuk memberikan dukungan, asuhan dan nasihat selama masa hamil, masa persalinan dan masa nifas, memfasilitasi dan memimpin persalinan atas tanggung jawab sendiri dan memberikan asuhan kepada bayi baru lahir, dan bayi. Asuhan ini mencakup upaya pencegahan, promosi persalinan normal, deteksi komplikasi pada ibu dan anak, dan akses bantuan medis atau bantuan lain yang sesuai, serta melaksanakan tindakan kegawat-daruratannya.¹¹

Persepsi modern tentang profesi bidan memberikan penekanan bahwa di dalam melakukan praktiknya, bidan profesional berperan dalam:

- 1) Memantau aspek fisik, psikologi dan sosial dari seorang perempuan yang hamil, bersalin, dan juga periode setelah melahirkan (post-partum)
- 2) Bertindak sebagai seorang pendidik dan konselor kesehatan ibu dan anak, serta bagi keluarga dan komunitas. Bidan memberikan edukasi, konseling, perawatan kehamilan, dengan terlibat membantu secara penuh hingga periode setelah melahirkan.
- 3) Melakukan minimisasi tindakan medis, sehingga lebih mengarahkan seluruh upaya sesuai kompetensinya

- agar persalinan berjalan secara normal / alami.
- 4) Melakukan identifikasi secara dini dan merujuk klien yang membutuhkan pertolongan dokter SpOG.¹¹

Peran Bidan

Menurut Undang-Undang Tentang Kebidanan No. 4 Tahun 2019, dalam menyelenggarakan praktik kebidanan, bidan memiliki beberapa peran, meliputi:

- 1) Pemberi pelayanan kebidanan,
- 2) Pengelola pelayanan kebidanan,
- 3) Penyuluhan dan konselor,
- 4) Pendidik, pembimbing, dan fasilitator klinik,
- 5) Penggerak peran serta masyarakat dan pemberdayaan perempuan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif data yang digunakan dalam penelitian ini data primer Populasi dalam penelitian ini adalah bidan Kota Bandung Pada Bulan Mei sampai Juni 2023 di ambil dari jumlah bidan yang ada di ranting cibeunying dengan total 87 peserta bidan. Sampel pada penelitian ini 87 orang dengan menggunakan jenis sampel non random (*non probability*) di ambil dari kriteria inklusi (kriteria yang perlu dipenuhi oleh setiap anggota populasi yang di ambil sebagai sampel) dan kriteria eksklusi (anggota populasi yang tidak memenuhi ciri – ciri untuk dijadikan sampel) instrument pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif Menurut Sugiyono (2016:147) “analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdaarkan Umur

Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur (tahun)	Frekuensi (n=87)	Percentase (%)
21-25	20	22,9%
26-30	43	49,5%
>30	24	27,6%
Jumlah	87	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui mayoritas responden yaitu bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 dengan kelompok umur usia 25-30 tahun yaitu sebanyak 43 orang (49,5%) kemudian usia diatas 30 tahun yaitu sebanyak 24 orang (27,6%) dan yang berusia 21-25 tahun sebanyak 20 orang (22,9%).

Gambaran Tingkat Pengetahuan Bidan Pada Media Sosial

Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Tingkat Pengetahuan Bidan Tentang Media Social (n=87)

Pengetahuan	F	%
Baik	35	40%
Cukup	32	37%
Kurang	20	23%
Total	87	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas hasil pengamatan diketahui bahwa bidan yang memiliki pengetahuan yang baik mengenai media sosial sebanyak 35 orang (40%), bidan yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai media sosial sebanyak 32 orang (37%) dan bidan yang memiliki pengetahuan yang kurang mengenai media sosial sebanyak 20 orang (23%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 memiliki pengetahuan yang baik mengenai media sosial.

Gambaran Jenis Media yang digunakan oleh bidan

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jenis Media Sosial yang digunakan bidan (n=87)

Sosial Media	Memiliki		Tidak Memiliki		Total	
	F	%	F	%	F	%
Instagram	51	58,6%	36	41,4%	87	100%
Facebook	87	100%	0	0	87	100%
Whatsapp	87	100%	0	0	87	100%
Tiktok	55	63,2%	32	36,8%	87	100%
Youtube	50	57,5%	37	42,5%	87	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas jenis media sosial yang dimiliki oleh para bidan yaitu lebih dari setengah responden yaitu 51% memiliki akun Instagram, kemudian seluruh responden yaitu 87 orang (100%) memiliki akun Facebook dan whatsapp. Dari 87 Responden, lebih dari setengah responden yaitu 55 orang (63%) memiliki akun tiktok dan lebih dari setengah responden yaitu 50 orang (57%) memiliki Youtube. Sehingga dapat disimpulkan mayoritas bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 memiliki media sosial facebook dan whatsapp.

Gambaran Fungsi Pembuatan Sosial Media Oleh Bidan

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Fungsi Pembuatan Media Sosial oleh Bidan (n=87)

Fungsi	F	%
Komunikasi	35	40%
Edukasi/Promosi Kesehatan	29	33%
Hiburan	23	27%
Total	87	100%

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas fungsi pembuatan media sosial oleh bidan yaitu sebanyak 35 orang (40%) menggunakan media sosial sebagai komunikasi, sebanyak 29 orang (33%) menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi/promosi kesehatan dan sebanyak 23 orang (27%) menggunakan media sosial sebagai hiburan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi.

Gambaran Tujuan Pembuatan Media Sosial di tempat kerja oleh bidan

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan (n=87)

Tujuan	F	%
Media promosi	40	46%
Informasi Kesehatan.	47	54%
Total	87	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan yaitu kurang dari setengah responden yaitu sebanyak 40 orang (46%) tujuan pembuatan media sosial sebagai media promosi, sedangkan lebih dari setengah yaitu sebanyak 47 orang (54%) tujuan pembuatan media sosial sebagai sarana edukasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 adalah sebagai sarana membagikan informasi Kesehatan.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada 87 responden yang berprofesi bidan didapatkan hasil bahwa 100% responden memiliki media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cherrez-Ojeda I et al. tahun 2020, dari 342 dokter gigi yang ikut serta dalam penelitian 97.66% memiliki media sosial, menggunakan telepon pintar dan memanfaatkannya untuk berinteraksi dengan rekan sejawat maupun pasien. Pada masa saat ini penggunaan media sosial merupakan hal yang umum, hampir semua populasi memiliki akses penggunaan internet meskipun dengan alat yang bervariasi bisa melalui komputer, laptop, maupun telepon genggam pintar. Begitu juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Henry RK et al. pada 22.682 dokter gigi di Amerika Serikat, 51% praktisi kesehatan menggunakan media sosial pada praktiknya, dokter gigi berusia di bawah 45 tahun lebih banyak menggunakan media sosial dibandingkan dokter gigi yang berusia di atas 45 tahun. Penelitian yang dilakukan di Saudi Arabia (41%) serta di Ekuador (99.7%) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa sebagian besar dokter gigi sudah memiliki media sosial.

Berdasarkan hasil pengamatan di atas diketahui bahwa bidan yang memiliki pengetahuan yang baik mengenai media sosial sebanyak 35 orang (40%), bidan yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai media sosial sebanyak 32 orang (37%) dan bidan yang memiliki pengetahuan yang kurang mengenai media sosial sebanyak 20 orang (23%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 memiliki pengetahuan yang baik mengenai media sosial.

Jenis media sosial yang dimiliki oleh para bidan yaitu lebih dari setengah responden yaitu 51% memiliki akun Instagram, kemudian seluruh responden yaitu 87 orang (100%) memiliki akun Facebook dan whatsapp. Dari 87 Responden, lebih dari setengah responden yaitu 55 orang (63%) memiliki akun tiktok dan lebih dari setengah responden yaitu 50 orang (57%) memiliki Youtube. Sehingga dapat disimpulkan mayoritas bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 memiliki media sosial facebook dan whatsapp.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cherrez-Ojeda I et al. tahun 2020, para dokter gigi di Amerika Latin paling banyak memiliki akun media sosial WhatsApp (97.4% dari jumlah sampel) serta Facebook (88 % dari jumlah sampel). Penelitian di Amerika Serikat oleh Henry RK et al (2012) menunjukkan bahwa Facebook (97%) merupakan media sosial yang paling banyak digunakan, lalu LinkedIn (38%), dan Twitter (32%). Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan facebook sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakan. Facebook adalah website jaringan sosial

dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wichitra Yasya, Pudji Muljono, Kudang Boro Seminar, Hardinsyah pada tahun 2019 didapatkan bahwa penggunaan facebook terbukti berpengaruh positif pada perilaku pemberian ASI jika digunakan untuk mengakses dukungan sosial online. Dukungan sosial online ini bersifat komplementer atau melengkapi dukungan yang sudah mereka peroleh secara offline dari lingkungan sekitarnya dan bukan mengantikan dukungan offline tersebut.

Dari hasil penelitian terkait tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan, bahwa mayoritas tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 adalah sebagai sarana membagikan informasi Kesehatan.

Hal ini sejalan dengan Survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia tahun 2019 yang menunjukkan hasil bahwa 68.7% masyarakat menggunakan media sosial untuk mencari berbagai macam informasi. Pada hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa informasi yang dicari belum terfokus kepada informasi mengenai Kesehatan atau informasi terkait kebutuhan akan peningkatan keterampilan praktik. Penggunaan media sosial memang memiliki beragam tujuan, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh CherrezOjeda I et al. (2020) pada 342 dokter gigi di Ecuador, berbagai tujuan pemanfaatan media sosial oleh dokter gigi antara lain sosial sebagai media untuk mendapatkan pendidikan kedokteran gigi berkelanjutan (92.1%), sebagai media mencari pekerjaan (91.5%), meningkatkan usaha promosi kesehatan (90.1%), bekerja sama dengan

kolega tenaga kesehatan lain (91.2%), media promosi pelayanan kesehatan M-DERJ FKG UPDM (B) Gambaran Umum Pemanfaatan Media Sosial Pada Dokter Gigi 64 Yufitri (90.6%), dan berbagi laporan kasus pasien (87.7%).⁵ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Bahabri RH et al. (2021) menunjukkan hasil bahwa informasi yang dibagikan melalui media sosial adalah berupa foto klinis pasien sebelum dan sesudah perawatan (24%), tujuan berbagi foto ini adalah untuk meningkatkan kepercayaan pasien terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh dokter gigi di tempat praktik.

Penggunaan media sosial untuk membagikan informasi terkait kesehatan juga dapat bertujuan untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap informasi kesehatan melalui media sosial. Literasi kesehatan merupakan derajat atau tingkat kemampuan individu untuk mendapatkan, menyerap, dan memahami informasi dasar kesehatan dan kebutuhan pelayanan. Hasil akhir yang diharapkan dari literasi kesehatan adalah kemampuan menentukan keputusan terkait kesehatan individu tersebut.

Kemampuan literasi kesehatan ini dapat ditingkatkan dengan melakukan edukasi kesehatan yang efektif dan efisien. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi kesehatan merupakan prediktor kuat pada status kesehatan individu. Literasi kesehatan yang rendah berhubungan dengan tingkat kesehatan yang buruk, tingkat kepatuhan yang rendah terhadap instruksi medis yang diberikan, tingkat manajemen perilaku individu yang rendah, peningkatan risiko kematian, dan peningkatan pembiayaan bagi kebutuhan perawatan.

Pada beberapa penelitian, dari sisi masyarakat umum, ternyata pemakaian media sosial untuk mencari informasi kesehatan masih kurang menjadi prioritas. Beberapa alasan mengapa banyak orang yang tidak menggunakan media sosial untuk mencari informasi kesehatan adalah masyarakat lebih memilih datang ke fasilitas pelayanan kesehatan untuk bertanya langsung ke tenaga kesehatan

dibandingkan mencari secara daring, hanya sebagian kecil masyarakat yang memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan tenaga kesehatan, serta masyarakat tidak berkenan apabila rekam medis mereka dapat diakses menggunakan internet meskipun dalam keadaan diproteksi.

Selanjutnya dari hasil penelitian fungsi pembuatan media sosial oleh bidan yaitu sebanyak 35 orang (40%) menggunakan media sosial sebagai komunikasi, sebanyak 29 orang (33%) menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi/promosi kesehatan dan sebanyak 23 orang (27%) menggunakan media sosial sebagai hiburan.

Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi kesehatan memang selalu memiliki pro dan kontra, masyarakat yang pro mempertimbangkan kemudahan dalam mengakses terkait informasi kesehatan yang ingin dicari meskipun referensi yang didapat dari sumber yang kurang bisa dipercaya tidak dapat dijadikan referensi utama dalam tindakan medis, selain itu media sosial juga menghilangkan penghalang masyarakat dalam mendapatkan informasi kesehatan yang selama ini hanya bisa didapatkan apabila bertemu langsung dengan tenaga kesehatan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kominfo pada 5091 responden didapatkan hasil bahwa 58.89% responden setuju bahwa penggunaan TIK memiliki implikasi positif dalam kaitan keterlibatan sosial dan kohesi sosial di masyarakat.

Selain itu, berdasarkan survei tersebut 72.36% responden setuju bahwa kemudahan mendapatkan informasi melalui perangkat TIK membuat responden mudah membedakan mana informasi yang benar dan mana yang tidak benar.¹ Namun, selain keuntungan ada juga faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam pemanfaatan media sosial, salah satunya data medis pasien yang harus dijaga kerahasiaannya. Pada beberapa fasilitas pelayanan kesehatan terkadang sudah memiliki aturan yang ketat tentang penggunaan media sosial di lingkungan

fasilitas kesehatan akan tetapi belum tentu semua pegawai fasilitas kesehatan dapat mematuhi aturan tersebut dengan baik. Adapun yang kontra dalam pemanfaatan media sosial adalah karena mempertimbangkan aspek etika profesi. Berdasarkan penelitian Denecke K et al. pada tahun 2015 tentang analisis mengenai aspek etik dalam pelayanan kesehatan melalui media sosial, didapatkan beberapa aspek etik yang harus diperhatikan dalam penggunaan media sosial di bidang kesehatan antara lain privacy terhadap rekam medis pasien baik identitas umum maupun kondisi klinis, keamanan data terutama terkait informasi kesehatan yang dimiliki pasien, dan perlunya informed consent apabila media sosial dijadikan alat untuk mengumpulkan data penelitian. Selain itu, banyaknya informasi yang dibagikan di media sosial dapat membuat pasien atau masyarakat menjadi bingung menentukan informasi yang akurat. Menurut Holden ACL (2017), perbedaan penilaian informasi yang dibagikan antara sumber informasi (dokter gigi atau tenaga kesehatan) dengan penerima informasi (pasien atau masyarakat umum) sering terjadi. Pasien atau masyarakat umum terkadang memiliki penilaian subjektif terhadap profil yang ditampilkan oleh dokter gigi di media sosial, hal ini dapat berpengaruh terhadap tingkat profesionalisme dari dokter gigi tersebut dalam melayani pasiennya. Menurut Leonita E dan Jalinus N (2018) terdapat beberapa kelemahan dan hambatan media sosial yang digunakan dalam upaya promosi kesehatan antara lain tidak akuratnya informasi yang terdapat di media sosial, beberapa teridentifikasi membagikan informasi yang tidak benar. Masyarakat menjadi kesulitan dan kebingungan dalam menerima informasi yang diperoleh sehingga berkontribusi terhadap perilaku kesehatan yang negatif dan hasil kesehatan yang buruk pula. Dalam mengatasi masalah tersebut, perlu diperbaikinya konten informasi yang akan disebarluaskan ke media sosial. Konten yang terdapat di media sosial perlu diperjelas

lagi dengan menambahkan sumber referensi yang memiliki tingkat evidencebased yang baik serta melakukan pengecekan kembali sebelum dibagikan sehingga menambah kepercayaan masyarakat dapat memilih informasi yang akurat. World Health Organization merekomendasikan para tenaga kesehatan untuk melakukan beberapa langkah berikut ini untuk memerangi kesalahan informasi terkait kesehatan yaitu pertama, semua informasi yang dibagikan oleh tenaga kesehatan harus dapat berdasarkan jurnal penelitian yang akurat dan terkini, kedua perlunya integrasi baik lokal maupun global antara organisasi kesehatan agar informasi yang disampaikan sama dan terstandar, dan ketiga perlu adanya kerjasama dengan pihak berwenang untuk menghapus informasi hoax dari media sosial. Berdasarkan langkah-langkah tersebut para bidan dapat meningkatkan kualitas informasi yang dibagikan di media sosial serta tidak merasa ragu dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi kesehatan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Tingkat pengetahuan bidan mengenai media social yang memiliki pengetahuan yang baik mengenai media sosial sebanyak 35 orang (40%), bidan yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai media sosial sebanyak 32 orang (37%) dan bidan yang memiliki pengetahuan yang kurang mengenai media sosial sebanyak 20 orang (23%).
2. Jenis media social yaitu lebih dari setengah responden yaitu 51% memiliki akun Instagram, kemudian seluruh responden yaitu 87 orang (100%) memiliki akun Facebook dan whatsapp. Dari 87 Responden, lebih dari setengah responden yaitu 55 orang (63%) memiliki akun tiktok dan lebih dari setengah responden yaitu 50 orang (57%) memiliki Youtube.

3. fungsi pembuatan media sosial oleh bidan yaitu sebanyak 35 orang (40%) menggunakan media sosial sebagai komunikasi, sebanyak 29 orang (33%) menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi/promosi kesehatan dan sebanyak 23 orang (27%) menggunakan media sosial sebagai hiburan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi.
4. Tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan yaitu kurang dari setengah responden yaitu sebanyak 40 orang (46%) tujuan pembuatan media sosial sebagai media promosi, sedangkan lebih dari setengah yaitu sebanyak 47 orang (54%) tujuan pembuatan media sosial sebagai sebagai sarana edukasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas tujuan pembuatan media sosial di tempat kerja oleh bidan di ranting cibeunying daerah Kota Bandung selama bulan Mei sampai Juni 2023 adalah sebagai sarana membagikan informasi Kesehatan.

SARAN

1. Pemanfaatan media sosial oleh bidan perlu memperhatikan beberapa faktor seperti salah satunya data medis pasien yang harus dijaga kerahasiaannya serta mempertimbangkan aspek etika profesi.
2. Dalam penyebarluasan informasi kesehatan, perlu diperbaikinya konten informasi yang akan disebarluaskan ke media sosial. Konten yang terdapat di media sosial perlu diperjelas lagi dengan menambahkan sumber referensi yang memiliki tingkat evidencebased yang baik serta melakukan pengecekan kembali sebelum dibagikan sehingga menambah kepercayaan masyarakat dapat memilih informasi yang akurat.
3. Promosi kebidanan melalui media sosial harus memperhatikan tahap yaitu mengidentifikasi sasaran, memilih konten yang tepat dan memberikan informasi berbasis data yang akurat dan terkini.
4. Dan juga untuk penelitian yang selanjutnya diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi hambatan pemanfaatan media

social oleh bidan sebagai sarana promosi dan berbagi informasi Kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Utomo, Chandra Eko Wahyudi dan Hariadi M. Strategi Pembangunan Smart City dan Tantangannya bagi Masyarakat Kota. 2016;Vol.4, No.
2. Schaffers, Hans et. al. Smart Cities and the Future Internet: Towards Cooperation Frameworks for Open Innovation. Future Internet Assembly. Published online 2011.
3. Leonita E. Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur. Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi. Published online 2018.
4. Kotsenas AL et al. The Strategic Imperative for the Use of Social Media in Health Care. National Library of Medicine. Published online 2018.
5. Griffis, H.M., Kilaru, A.S., Werner, R.M., Asch, D.A., Hershey, J.C., Hill, S. H, Y.P., Sellers, A., Mahoney, K., Merchant RM. Use of Social Media Across US Hospitals: Descriptive Analysis of Adoption and Utilization. Published online 2014.
6. Risma dewi , Yanti Sinta dan nuryanti. Efektifitas Penggunaan Media Sosial terhadap Peningkatan Pengetahuan Perawatan Nifas dan Kepatuhan Kunjungan Ulang pada Ibu Nifas di Kota Bogor. Poltekkes Kemenkes Bandung,. 2017;Volume 3 N.
7. Khan GF. Social Media For Government. Singapore: Springer. Published online 2017.
8. Nasrullah, Rulli dan Nurbaya S. . . *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.; 2016.
9. Romli ASM. *Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia; 2018.
10. WHO. *International Confederation of Midwives (ICM)1972 Dan FIGO*; 2023. https://dinas.id/definisi-bidan/#1_Menurut_ICM_dan_FIGO
11. Undang-undang (UU) Nomor 4 Tahun 2022. *Undang-Undang (UU) Nomor 4 Tahun*, 2022.; 2022.

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/104274/uu-no-4-tahun-2019>