

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu aspek fundamental dalam kehidupan manusia dan berkaitan dengan hubungan antarmanusia (Noza & Primayanti, 2019). Dalam proses berkomunikasi, terdapat media yang berperan sebagai perantara dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media komunikasi sendiri terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi hingga memungkinkan pesan dapat disampaikan lebih cepat dan luas. Salah satu bentuk media komunikasi yang telah digunakan sejak lama adalah media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, dan majalah, yang berfungsi untuk menjangkau audiens yang luas secara efektif.

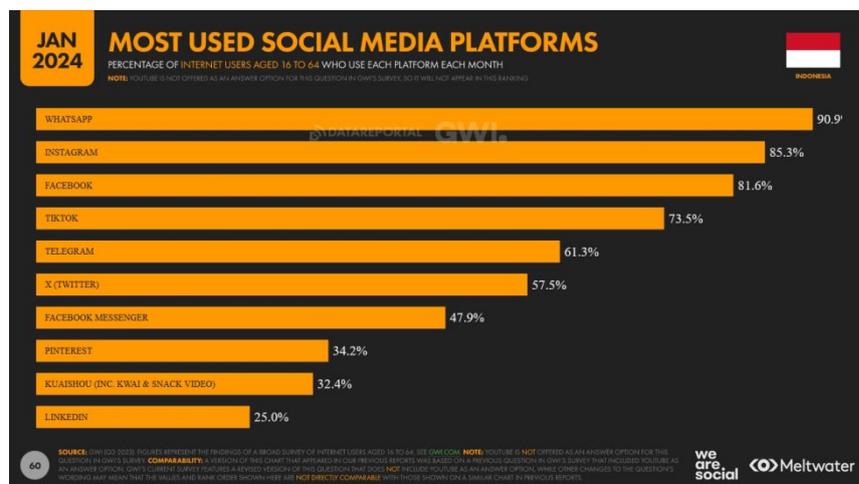
Dengan berkembangnya teknologi digital, media massa tradisional mulai bertransformasi menjadi platform digital dan menciptakan komunikasi yang lebih interaktif. Transformasi ini menghasilkan apa yang dikenal dengan media baru atau *new media*. Istilah media baru ini mengacu pada teknologi komunikasi dan informasi yang saat ini telah banyak memberikan kontribusi besar dalam proses penyampaian pesan pada khalayak luas (Noza & Primayanti, 2019).

Perubahan ini bukan hanya berpengaruh pada bentuk dan fungsi media, tetapi juga bagaimana masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Media baru memberikan kemudahan akses tanpa terbatas waktu ataupun tempat yang kemudian menjadikannya semakin diminati oleh masyarakat modern yang menginginkan efisiensi dan kecepatan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi

mereka. Artinya, media baru tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana utama dalam memenuhi gaya hidup masyarakat di era digital.

Perkembangan media baru ditandai oleh dua aspek utama, yaitu digitalisasi dan konvergensi. Digitalisasi merujuk pada proses dimana pesan yang awalnya berupa teks diubah menjadi serangkaian kode digital, sehingga dapat diproduksi dan dikirimkan kepada penerima. Sementara itu, konvergensi mengacu pada penggabungan berbagai fungsi media yang sebelumnya berdiri sendiri. Berbagai bentuk konvergensi ini mencakup media online, media sosial, ruang obrolan, email, daftar milis, dan *world wide web* (www).

Media sosial sendiri merupakan fitur berbasis *website* yang dirancang untuk membangun jejaring antar pengguna serta memfasilitasi berbagai bentuk interaksi. Melalui media ini, individu dapat saling berbagi informasi, menyampaikan pendapat, berkolaborasi, dan menjalin hubungan baru, baik dalam bentuk teks visual maupun audio visual (Kosasih, 2016). Beberapa contoh media sosial yang paling populer saat ini yaitu X (Twitter), Instagram, Facebook, YouTube, dan banyak lagi. Media sosial telah menjadi tempat bagi pengguna untuk berkomunikasi secara *real-time*, berbagi pengalaman hidup, ide, atau bahkan melakukan promosi produk dan jasa. Selain itu, media sosial juga memungkinkan pengguna untuk bergabung dengan komunitas yang memiliki minat yang sama, menjadikannya lebih dari sekadar alat komunikasi, tetapi juga sarana untuk membangun identitas digital. Berdasarkan informasi di atas, media sosial dapat diartikan sebagai tempat untuk mencari teman baru serta berinteraksi secara online (Kosasih, 2016).



Gambar 1.1 Statistik Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan data statistik *We Are Social* pada awal tahun 2024, terlihat bahwa Whatsapp menduduki posisi pertama media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, yakni sebanyak 90,9% lalu disusul dengan Instagram sebanyak 85,3% dan Facebook sebanyak 81,6% dari jumlah penduduk di Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia telah aktif menggunakan media sosial dengan Instagram sebagai media sosial kedua yang paling banyak digunakan. Instagram sendiri merupakan aplikasi berbasis foto dan video yang memfasilitasi penggunaannya untuk mengambil gambar dan merekam video, menambahkan filter digital, lalu membagikannya ke berbagai jaringan, termasuk di dalam aplikasi Instagram itu sendiri (Nirwana & Khuntari, 2021).

Saat ini, Instagram tidak hanya digunakan sebagai media sosial untuk mengekspresikan diri secara personal, tetapi juga kerap digunakan sebagai akun bisnis, kreator, komunitas, hingga organisasi sebagai bentuk representasi mereka di dunia *online*, seperti apa yang diterapkan pada akun Instagram Taulebih. Taulebih merupakan platform edukasi dengan nama pengguna @taulebih.id yang berfokus pada pendidikan seksualitas dan kesehatan reproduksi berbasis nilai agama Islam.

Platform ini didirikan pada tahun 2021 oleh Zhafira Aqyla, seorang *content creator* yang kerap membagikan pengalaman, tips, dan wawasannya di bidang pendidikan. Dilansir dari Pemuka Rakyat, Zhafira juga memiliki minat khusus di bidang edukasi seksual, inovasi teknologi di bidang pendidikan (*ed-tech*), dan pemberdayaan masyarakat yang kemudian mendorongnya untuk membangun Taulebih.

Hadirnya Taulebih juga dilatarbelakangi oleh tingginya angka kejahatan seksual yang terjadi di Indonesia. Selama tahun 2023, jumlah pengaduan kasus kekerasan terhadap perempuan yang diterima Komnas Perempuan mengalami peningkatan dengan total 4.374 laporan. Sementara itu, data KPAI tahun 2022 mencatat sebanyak 4.683 pengaduan yang masuk, baik secara langsung, tidak langsung, melalui online, maupun media. Dari jumlah tersebut, kluster Perlindungan Khusus Anak (PKA) menempati posisi tertinggi dengan total 2.133 kasus. Jenis kasus terbanyak adalah kasus anak menjadi korban kejahatan seksual, yakni sebanyak 834 kasus. Angka ini menunjukkan bahwa anak-anak di Indonesia berada dalam kondisi yang sangat rentan menjadi korban kejahatan seksual, terlepas dari latar belakang, situasi, ataupun kondisi mereka.

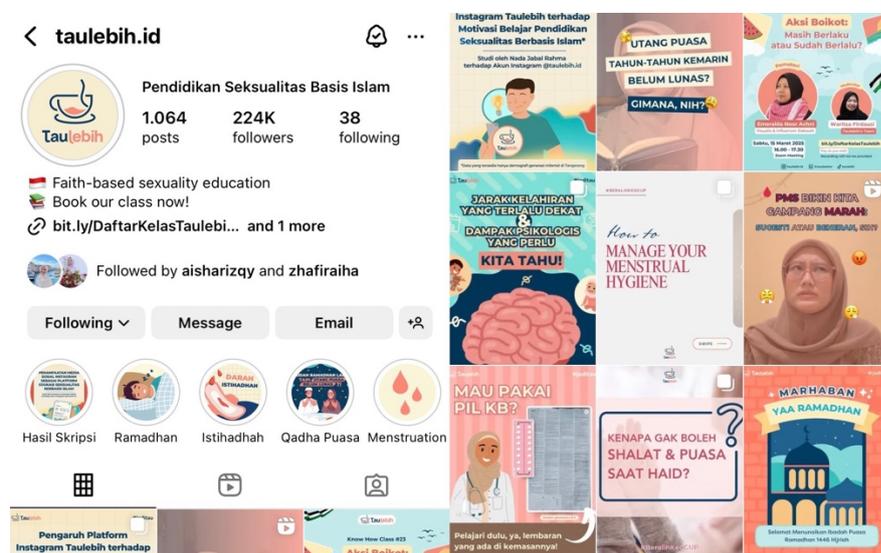
Data lainnya dikutip dari Detik.com (2024), kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) mengungkapkan bahwa tren pernikahan dini di Indonesia turun dalam 10 tahun terakhir, dari 40 menjadi 26 ribu per seribu. Namun, rata-rata usia seks remaja di usia 5-19 tahun meningkat. Pada perempuan, tercatat lebih dari 50% telah melakukan hubungan seksual di rentang usia tersebut, sedangkan pada laki-laki angkanya bahkan melampaui 70%. Kondisi tersebut tentu menjadi permasalahan yang mengkhawatirkan dan perlu ditangani

secara serius. Dilansir dari DP3AP2.jogjaprov.id, motivasi utama remaja melakukan inisiasi seks pada usia di sini masih banyak diperdebatkan. Faktor yang memungkinkan perilaku seksual pranikah remaja adalah karena adanya perkembangan teknologi.

Sejalan dengan pendapat Putra (2018) bahwa perkembangan teknologi mengakibatkan terbukanya arus informasi yang mengandung seks di tengah-tengah masyarakat. Pembicaraan tentang seks menjadi hal yang sangat mudah diakses, baik media cetak maupun elektronik seperti website, VCD porno, film dewasa, dan lainnya. Terpaan seperti inilah yang mengakibatkan remaja mendapatkan informasi tentang seksualitas secara lebih dini dari generasi sebelumnya. Sayangnya, kemudahan akses ini tidak diimbangi dengan literasi seksual yang memadai. Akibatnya, informasi yang diperoleh remaja seringkali tidak tersaring dan berpotensi membentuk pemahaman yang keliru tentang seksualitas.

Aulia & Himawati (2020) berpendapat bahwa terdapat tiga faktor yang membuat pendidikan seks masih dianggap tabu untuk dibicarakan. Pertama, *sex is something disgusting* sehingga pembahasan mengenai topik ini cenderung ditutup rapat oleh setiap orang. Kedua, *the ambiguous of starting point* sehingga menimbulkan kebingungan dalam menentukan objek-objek seks yang seharusnya dibicarakan. Ketiga, *misunderstanding* terhadap konsep seks yang ada di masyarakat. Hal ini tentu disayangkan, mengingat bahwa sejatinya pendidikan seks berperan penting dalam membentuk pemahaman yang benar dan bertanggung jawab tentang isu-isu seksualitas di kalangan masyarakat.

Dalam Islam, pendidikan seks merupakan pendidikan aqidah, akhlak, dan ibadah (Syekha, 2021). Islam memandang pendidikan seks sebagai bagian dari pendidikan moral dengan tujuan untuk mengarahkan individu agar dapat memahami dan menghormati tubuh mereka, serta menjaga kesucian diri sesuai dengan ajaran agama. Islam juga memperhatikan pendidikan seks sesuai dengan kelompok umur (Z, 2024). Misalnya ketika anak berumur 7-10 tahun, orang tua perlu memisahkan kamar tidur anak laki-laki dan perempuan (Syekha, 2021).



Gambar 1.2 Tampilan Instagram @taulebih.id

Edukasi seksualitas berbasis Islam mencakup berbagai topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari umat Muslim. Berbagai aspek seperti pemahaman tentang alat reproduksi, batas aurat, pernikahan, hingga *parenting* menjadi bagian penting dalam memberikan pemahaman kepada audiens. Akun @taulebih.id secara konsisten membahas topik-topik ini melalui pendekatan yang sesuai dengan ajaran Islam dengan menggabungkan nilai-nilai agama dengan informasi ilmiah. Dengan demikian, edukasi yang diberikan tidak hanya berbasis pada kajian medis dan

psikologi, tetapi juga mempertimbangkan aspek-aspek lain seperti adab dan etika yang diajarkan dalam Islam.



Gambar 1.3 Konten 'Kenapa Menikah dengan Mahram itu Dilarang?'

Dalam penyampaian, Taulebih memanfaatkan beragam fitur Instagram seperti *story*, *highlight*, *live*, *carousel*, hingga *reels* yang dapat menjangkau audiens lebih luas. *Story* dan *highlight* digunakan untuk menyajikan informasi yang ringkas dan mudah diakses, sementara *live* dan *reels* memberikan ruang interaksi antara pembicara dan pengikut. Selain itu, penggunaan *carousel* memungkinkan penyampaian materi secara lebih mendalam dengan desain yang menarik. Taulebih juga memastikan kredibilitas kontennya dengan merujuk pada sumber-sumber ilmiah seperti artikel akademik, jurnal penelitian, serta sumber-sumber lain seperti Alquran dan hadis sebagai sumber hukum Islam.

Taulebih sendiri telah memiliki jumlah pengikut sebesar 224 ribu akun. Selain dari jumlah pengikut yang tinggi, popularitas akun ini juga tercermin dari

tingginya tingkat interaksi di setiap unggahannya, yakni jumlah *likes* berkisar antara 1.000-10.000 dan komentar berkisar 30 per postingan, menunjukkan bahwa pengikutnya aktif berpartisipasi dalam diskusi yang disajikan. Dengan basis pengikut yang besar serta tingkat *engagement* yang tinggi, penelitian ini menarik untuk dilakukan karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi berbagai topik edukasi seksualitas berbasis Islam yang disampaikan oleh akun @taulebih.id, sekaligus mengetahui tema-tema mana yang memperoleh *engagement* tertinggi. Selain itu, penelitian ini juga relevan di tengah meningkatnya kebutuhan pendidikan seksualitas yang sejalan dengan nilai-nilai agama.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) untuk mengkaji konten-konten yang diunggah oleh akun @taulebih.id. Analisis isi dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali isi pesan secara sistematis dan objektif melalui kategorisasi tema yang muncul dalam setiap unggahan. Namun, dalam perkembangannya, analisis isi tidak hanya terbatas pada pengkajian isi pesan saja, tetapi juga dapat memperhatikan aspek keterlibatan atau *engagement* yang ada di setiap konten. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memetakan ragam tema edukasi seksual berbasis Islam yang disajikan oleh akun tersebut, tetapi juga menelaah bagaimana masing-masing tema memperoleh respons dari audiens melalui jumlah *like*, *comment*, dan *share*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat disusun rumusan masalah berupa **apa saja tema konten edukasi seksualitas berbasis Islam yang disampaikan pada akun Instagram @taulebih.id?**

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja tema konten edukasi seksualitas berbasis Islam yang disampaikan pada akun Instagram @taulebih.id.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman terhadap teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan sekaligus memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam kajian mengenai edukasi melalui media sosial.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang tema konten edukasi seksualitas berbasis Islam yang disajikan di media sosial sekaligus dapat dijadikan acuan atau inspirasi dalam membuat konten edukasi lain yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan kebutuhan audiens di media sosial.