



Analisis Framing Audiens Terkait Kesehatan Reproduksi Perempuan Pada Akun Instagram @Blood.Indonesia

Putri Raissa Zaravina ^{1*}, Ade Kusuma²

UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

e-mail: ¹putrizaravina@gmail.com, ²ade_kusuma.ilkom@upnjatim.ac.id

Info Artikel: Diterima: 04 Juli 2023; Disetujui: 16 Oktober 2023; Dipublikasikan: 04 Desember 2023;

Keywords

Framing
Analysis;
Reproductive
Health;
Women

Abstract

Women's reproductive health issues are important and there are still obstacles in raising women's awareness of these issues. One of the efforts to overcome these obstacles is through social media, including Instagram. The Instagram account @blood.indonesia is the focus of this study which specifically raises the issue of women's reproductive health through educational content. This study aims to reveal audience framing related to reproductive health on the @blood.indonesia Instagram account. The research method used is qualitative research with an audience framing analysis approach. The results of this study identified four frames used by audiences, namely women's health frames, reproductive health knowledge and awareness frames, social construction frames, and media credibility frames. This research provides a deeper understanding of how audiences frame women's reproductive health issues on the Instagram platform. The results of this study can provide insights for practitioners and social media account managers in developing more effective communication strategies to increase women's reproductive health awareness and knowledge. This study contributes to broader education efforts related to women's reproductive health and the importance of providing access to accessible and accurate information.

Kata Kunci

Analisis Framing;
Kesehatan
Reproduksi;
Perempuan

Abstrak

Isu-isu kesehatan reproduksi perempuan merupakan isu yang penting dan masih terkendala dalam meningkatkan kesadaran perempuan terhadap isu ini. Salah satu upaya untuk mengatasi kendala tersebut dilakukan melalui media sosial, termasuk Instagram. Akun Instagram @blood.indonesia menjadi fokus penelitian ini yang secara khusus mengangkat isu kesehatan reproduksi perempuan melalui konten-konten edukatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pembingkai audiens terkait kesehatan reproduksi pada akun Instagram @blood.indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing audiens. Hasil penelitian ini mengidentifikasi empat frame yang digunakan oleh audiens, yaitu frame kesehatan perempuan, frame pengetahuan dan kesadaran kesehatan reproduksi, frame konstruksi sosial, dan frame kredibilitas media. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang cara audiens membingkai isu kesehatan reproduksi perempuan pada platform Instagram. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi para praktisi dan pengelola akun media sosial dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan kesehatan reproduksi perempuan. Penelitian ini berkontribusi pada upaya pengedukasian yang lebih luas terkait kesehatan reproduksi perempuan dan pentingnya memberikan akses informasi yang mudah dijangkau dan akurat.

* Correspondensi Penulis: [✉ putrizaravina@gmail.com](mailto:putrizaravina@gmail.com)

How to Cite (APA Style):

Zavarina, P.R., & Kusuma, A. (2023). Analisis Framing Audiens Terkait Kesehatan Reproduksi Perempuan Pada Akun Instagram @Blood.Indonesia. *Jurnal Hawa: Studi Pengarus Utamaan Gender dan Anak*, 5(2), 140-155. <https://ejournal.uinfabengkulu.ac.id/index.php/hawa/article/view/2570>



PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi sumber diskusi alternatif yang signifikan dalam era digital. Signifikansi dapat dilihat melalui temuan Pepitone, yakni adanya peningkatan dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi (Westerman et al., 2013). Kapoor et al. (2017) mendefinisikan media sosial sebagai “*user-driven platforms*” yang memfasilitasi penyebaran konten, pembuatan dialog, dan komunikasi kepada audiens yang lebih luas. Keleluasaan media sosial memungkinkan masyarakat untuk turut berdiskusi dan berinteraksi dengan pengguna lain maupun konten yang dihasilkan oleh organisasi dan individu (Carr dan Hayes, 2015). Budaya partisipatif di media sosial berpotensi dimanfaatkan untuk mendiskusikan dan berbagi informasi mengenai isu-isu penting, seperti kesehatan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dimanfaatkan sebagai saluran berbagai informasi kesehatan. Instagram, sebagai media sosial yang sering digunakan oleh banyak orang, memiliki potensi untuk dimanfaatkan sebagai saluran promosi kesehatan, termasuk untuk subjek yang berpotensi sensitif dan sarat akan stigma seperti yang berkaitan dengan kesehatan seksual (Gabarron & Wynn, 2016).

Akses terhadap informasi mengenai kesehatan reproduksi menjadi salah satu permasalahan penting dalam mempromosikan kesehatan reproduksi. Beberapa studi berupaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor berperan dalam menciptakan permasalahan tersebut (Privacy International, 2020; Pakasi & Kartikawati, 2013): (1) pemblokiran informasi yang berlebihan oleh pemerintah dan cenderung sering salah sasaran sehingga banyak halaman non-negatif telah diblokir seperti situs web yang mengangkat pendidikan menyusui dan yang berkaitan dengan aborsi medis; (2) sensor informasi oleh lembaga publik seperti edukasi kesehatan reproduksi dalam sistem pendidikan yang belum komprehensif dan menitikberatkan pada aspek biologis saja seperti perubahan fisik dan

non-fisik saat pubertas, organ reproduksi, proses kehamilan, dan penyakit menular; (3) nilai-nilai agama yang dianggap sebagai pembenaran paling umum penolakan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia dan budaya patriarki yang berpengaruh terhadap akses layanan dan informasi kesehatan reproduksi dan seksual; dan (4) stigma dan diskriminasi yang masih menjadi hambatan untuk menerima layanan kesehatan yang tidak bias seperti mempertanyakan status pernikahan perempuan maupun anggapan perempuan lajang yang mengakses kontrasepsi modern seperti kondom sebagai pekerja seks. Faktor-faktor tersebut memengaruhi bagaimana masyarakat memperoleh informasi kesehatan reproduksi. Survei pada 2017 menunjukkan hanya 12 persen perempuan dan enam persen laki-laki yang mengetahui sumber diskusi dan informasi mengenai kesehatan reproduksi (BKKBN dkk., 2018). Magdalene (2022) menemukan bahwa masyarakat beralih pada situs internet, film atau video, dan teman sebagai sumber informasi mengenai edukasi kesehatan reproduksi.

Kesulitan dalam mengakses informasi menyebabkan kurangnya pengetahuan mengenai kesehatan reproduksi. Sebuah studi terhadap 19 ribu laki-laki dan perempuan Indonesia berusia 15-24 tahun yang belum menikah menunjukkan pengetahuan yang kurang memadai mengenai kesehatan reproduksi (Diarsvitri & Utomo, 2022). Kurangnya edukasi menjadi salah satu faktor yang melanggengkan permasalahan kesehatan reproduksi. Masalah kesehatan reproduksi seperti kehamilan yang tidak diinginkan, aborsi, bayi lahir mati (stillbirth) memiliki hubungan dengan pelayanan kesehatan reproduksi yang tidak memadai, kurangnya pengetahuan mengenai kesehatan reproduksi, serta kebijakan yang tidak mendukung (Rafif & Listyaningsih, 2021; Zenouzi dkk., 2021). Kurangnya pengetahuan seksual dan reproduksi juga menjadi salah satu faktor yang melanggengkan permasalahan seperti perkawinan anak

(Nadhira dkk., 2020) dan kekerasan dalam hubungan (Magdalene, 2022).

Permasalahan mengenai keterbatasan informasi yang melanggengkan permasalahan kesehatan reproduksi menjadi alasan perlunya sumber informasi dan diskusi di media sosial. Blood Indonesia merupakan akun Instagram yang berusaha untuk mengedukasi mengenai kesehatan reproduksi perempuan. Blood sendiri merupakan perusahaan asal Singapura yang menawarkan produk-produk perawatan saat menstruasi. Produk Blood telah dipasarkan di 3 negara, salah satunya adalah Indonesia. Melalui akun Instagram @blood.id, Blood memproduksi konten edukatif dan memasarkan produk menstruasi seperti menstrual cup dan menstruheat. Menstruasi dan kesehatan organ reproduksi menjadi kode dominan dalam konten edukatif yang diproduksi @blood.id. Eksistensi Blood Indonesia sebagai media edukasi dan diskusi seputar kesehatan reproduksi perempuan dapat dinilai melalui lebih dari seratus ribu pengikut akun Instagram.

Keunikan pesan yang coba diangkat oleh Blood Indonesia menarik diteliti untuk mengkaji lebih jauh mengenai edukasi kesehatan reproduksi melalui media sosial. Penelitian terhadap konten kesehatan reproduksi di media sosial sebelumnya telah dilakukan oleh Annahdi dan Mahadian (2019) yang menganalisis wacana pendidikan seks yang dimuat dalam Instagram @tabu.id. Banyak penelitian yang juga telah menelusuri efektivitas konten kesehatan reproduksi di media sosial melalui hubungan kausalitas antara edukasi kesehatan reproduksi di media sosial dan perubahan sikap audiens (Saha dkk., 2022; Rajasa dkk., 2020; Gabarron & Wynn, 2016; Simon & Daneback, 2013). Namun, pembingkai audiens terhadap edukasi kesehatan reproduksi di media sosial masih jarang disorot. Salah satu penelitian yang membahas dari sudut pandang audiens adalah Elzoheiry (2021). Penelitian tersebut juga meneliti mengenai negosiasi pengetahuan antara audiens dan pembuat

konten. Namun, penelitian Elzoheiry menggunakan metode netnografi sehingga tidak mengeksplorasi pengalaman dan persepsi audiens terhadap edukasi kesehatan reproduksi di media sosial. Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pembingkai audiens terhadap kesehatan reproduksi perempuan pada akun Instagram yang bernama @blood.indonesia

METODE

Untuk menjawab permasalahan penelitian, penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut Creswell dan Creswell (2018), paradigma konstruktivis percaya bahwa individu mencari pemahaman tentang dunia di mana mereka hidup dan bekerja. Individu mengembangkan makna subjektif dari pengalaman mereka. Makna-makna tersebut bervariasi dan multipel, mengarahkan peneliti untuk mencari kompleksitas pandangan daripada mempersempit makna ke dalam beberapa kategori atau ide. Pendekatan analisis audiens akan digunakan untuk menelusuri pandangan audiens. Analisis audiens menempatkan informan sebagai audiens aktif yang memiliki kontrol dan otonomi dalam menghadapi upaya manipulasi atau persuasi (McQuail, 1977). Vicente-Mariño dkk. (2014) menyatakan analisis audiens di ranah akademis bertujuan memahami proses resepsi pada penerima pesan media.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dari 6 audiens aktif yang mengonsumsi konten terkait kesehatan reproduksi pada akun Instagram @blood.indonesia. Audiens dalam konteks penelitian ini adalah audiens aktif yang turut berperan dalam memilih, mengonsumsi, dan menginterpretasi isi media (Gillespie dalam Hapsari, 2013). Audiens aktif juga aktif dalam memberikan tanggapan dan respon terhadap konten yang diproduksi media. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik

pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, yaitu sumber data dianggap paling tahu apa yang diharapkan, sehingga akan memudahkan peneliti dalam menjelajahi objek atau situasi yang sedang diteliti (Sugiyono, 2013)

Tabel 1. Data Informan

Informan ke-	Nama	Gender	Profesi	Pendidikan
1	FQ	Perempuan	Guru	S1 Pendidikan Bahasa Inggris
2	AW	Perempuan	Laboran	D4 Patologi Laboratorium Medis
3	ET	Perempuan	Mahasiswa	S1
4	FR	Perempuan	Content Manager	S1
5	DH	Perempuan	Karyawan Fuel Terminal	S1 PSDM
6	LC	Perempuan	Digital Marketing Staff	S1 Komunikasi

Analisis data dilakukan seiring dengan dilakukan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang diteliti. Teknik analisis data digunakan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data berupa teks dan gambar (Creswell & Creswell, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data oleh Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga langkah. Pertama, reduksi data dilakukan dengan cara memilih, mempertajam, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dari hasil wawancara. Selanjutnya, peneliti menyajikan data secara sederhana berdasarkan hasil analisis sebelumnya. Proses ini dilakukan untuk bisa melihat data secara keseluruhan maupun berfokus pada bagian tertentu. Terakhir, peneliti bisa menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan dengan menemukan apa makna atau arti dari hal yang sedang diteliti, kesamaan pola, kejelasan, atau alur sebab akibat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan dengan 6 audiens aktif dari akun Instagram @blood.indonesia untuk menemukan *framing* audiens terkait kesehatan reproduksi pada

konten-konten Blood Indonesia ditemukan empat *framing*, sebagai berikut:

1. *Frame* Kesehatan Perempuan

Dari hasil wawancara dengan keenam informan, salah satu bingkai yang sering muncul adalah *frame* kesehatan perempuan. Bingkai kesehatan perempuan muncul pada keenam informan. Informan menyoroti bagaimana informasi yang disampaikan pada konten-konten yang diproduksi oleh @blood.indonesia dapat membantu perempuan dalam menjaga dan memenuhi kebutuhan kesehatan reproduksi mereka. Kesehatan perempuan yang disorot oleh informan adalah terkait: (1) pencegahan, deteksi dini, dan penanganan masalah kesehatan reproduksi perempuan; (2) penanganan organ reproduksi yang tepat; (3) dan kekhawatiran perempuan mengenai kesehatan reproduksi.

Informan 1 Menyorot bagaimana informasi yang disajikan di akun Instagram Blood Indonesia memberikan akses informasi terhadap penanganan organ reproduksi yang tepat. Perilaku tidak sehat yang dapat mengganggu kesehatan organ reproduksi juga disorot oleh informan 1. Informan 1 mengungkapkan bahwa masih banyak perempuan yang belum mengetahui cara membersihkan organ vagina yang tepat, yakni tanpa mengguna-

kan sabun. Pengetahuan yang terbatas juga menyebabkan perempuan melakukan penanganan yang tidak tepat saat menghadapi masalah kesehatan reproduksi.

Informan tersebut juga mengungkapkan bagaimana pentingnya informasi kesehatan reproduksi untuk mengidentifikasi dan menjawab kekhawatiran terkait masalah kesehatan reproduksi pada perempuan, seperti terkait keputihan dan nyeri ovulasi. Penggunaan alat peraga pada konten Blood Indonesia dinilai memudahkan perempuan dalam mengidentifikasi permasalahan kesehatan reproduksi. Aspek visual yang jelas dinilai membuat informasi pada konten Blood Indonesia dapat diaplikasikan oleh perempuan untuk mendeteksi adanya masalah kesehatan reproduksi yang dialami.

Senada dengan pernyataan informan 1, informan 2 menyoroti perilaku tidak sehat yang dapat mengganggu kesehatan organ reproduksi. Untuk mencegah penyakit pada organ reproduksi, diperlukan informasi mengenai penanganan organ reproduksi yang tepat, sebagaimana disuguhkan oleh Blood Indonesia.

"Nah masih banyak juga nih kak orang-orang yang melakukan douching ya, douching vagina. Mereka pengennya untuk ngebunuh mikroorganisme yang tidak ramah di vagina, tapi ternyata efek sampingnya dari douching ini, efek samping dari douching ini selain flora abnormal itu terbunuh, ternyata flora normal juga ikut terbunuh, jadi biasanya orang yang ngelakuin douching ini justru ph-nya terganggu. Dampaknya karena flora normal gak ada, dampaknya itu malah mikroorganisme atau bahkan jamur itu tumbuh." [AW, wawancara 21 Mei 2023]

Informan 2 juga menyoroti bagaimana informasi kesehatan reproduksi pada Blood Indonesia dapat dimanfaatkan oleh perempuan untuk mendeteksi masalah kesehatan reproduksi, sebagaimana disebutkan oleh informan 1. Namun, informan 2 lebih lanjut menyebutkan pentingnya keberadaan informasi mengenai tindakan yang dapat dilakukan sebagai solusi dari masalah kesehatan reproduksi yang dialami.

Masih selaras dengan pendapat kedua informan di atas, informan 3 juga menyoroti mengenai informasi sebagai basis deteksi masalah kesehatan reproduksi dan menjawab kekhawatiran yang dimiliki perempuan terkait kesehatan reproduksi. Salah satunya adalah terkait kekhawatiran mengenai keputihan. Informan 3 mengungkapkan bahwa informasi di Blood Indonesia membantu menjawab kekhawatiran keputihan sebagai masalah kesehatan reproduksi.

Informan 4 memandang informasi yang disampaikan pada Blood Indonesia berkaitan dengan pencegahan, identifikasi, dan solusi masalah kesehatan reproduksi yang dialami serta berkaitan dengan kekhawatiran yang mungkin dihadapi oleh perempuan terkait kesehatan reproduksi. Informan menyebutkan bahwa setelah mengetahui informasi dari Blood Indonesia, dapat mengidentifikasi masalah kesehatan reproduksi seperti nyeri dan penyebab yang mungkin menimbulkan rasa nyeri tersebut. Lebih lanjut, informan mengutarakan mengenai mengetahui cara mengatasi masalah kesehatan reproduksi yang dialami.

Informan 5 menggunakan bingkai kesehatan perempuan dalam mengonsumsi konten kesehatan reproduksi pada akun Instagram Blood Indonesia. Informan tersebut menyorot pentingnya deteksi dini kemungkinan adanya masalah kesehatan reproduksi sebagai bentuk antisipasi dan pencegahan terhadap masalah kesehatan reproduksi.

"..itu juga jadi image gitu ngomongin kayak gitu (kesehatan reproduksi) tuh sesuatu yang jorok dan image-nya tuh lebih ke negatif gitu, negative way, padahal kan enggak, padahal kan itu apa ya jadi biar kita tahu biar kita aware, biar kita ter-acknowledge dengan bagaimana mencegah. Mengatasi kalau kita kena kayak gitu harus kayak gimana." [DH, wawancara 6 Juni 2023]

Informan 5 juga menekankan pentingnya informasi terkait cara mengatasi masalah kesehatan reproduksi yang dialami perempuan seperti cara menyembuhkan nyeri ovulasi dan cara mengura-

ngi keasaman pH vagina. Berbeda dengan empat informan sebelumnya, informan 5 tidak hanya menyebutkan tentang masalah pada organ reproduksi seperti keputihan dan nyeri ovulasi, melainkan juga menyebutkan terkait cara menghindari risiko penularan IMS sebagai bagian dari kesehatan perempuan.

Berbeda dengan informan lain, informan 6 secara gamblang menyebutkan bahwa informasi yang dapat diaplikasikan untuk menjaga kesehatan perempuan lebih penting dibanding informasi lain, seperti terkait siklus organ reproduksi. Informan 6 menyebutkan bahwa urgensi dari informasi mengenai kesehatan perempuan ini dinilai lebih mendesak. Senada dengan kelima informan lain, informan 6 juga menyoroti penanganan organ reproduksi yang tepat untuk mencegah masalah kesehatan reproduksi dan kekhawatiran perempuan akan masalah pada organ reproduksi.

2. *Frame* Pengetahuan dan Kesadaran Kesehatan Reproduksi

Frame kedua yang muncul pada informan dari hasil wawancara adalah *frame* pengetahuan dan kesadaran kesehatan reproduksi. Bingkai ini berfokus pada perolehan dan penyebaran pengetahuan terkait kesehatan reproduksi. Ini menekankan pentingnya kesadaran, pendidikan, dan akses terhadap informasi yang akurat tentang kesehatan reproduksi, termasuk topik seperti menstruasi, fase-fase pasca melahirkan, terminologi, dan miskonsepsi. *Frame* ini menyoroti pentingnya mempromosikan pengetahuan dan kesadaran dalam kesehatan reproduksi bagi individu dan masyarakat. Isu yang sering muncul dan diangkat oleh informan adalah terkait akses informasi kesehatan reproduksi, tanggung jawab untuk menyebarkan informasi, kesadaran mengenai kesehatan reproduksi, dan miskonsepsi terkait kesehatan reproduksi. *Frame* ini muncul pada keenam informan,

meskipun isu yang lebih dominan dan muncul beragam.

Informan 1 menyoroti akses informasi mengenai kesehatan reproduksi yang terbatas dikarenakan stigma terhadap kesehatan reproduksi sebagai suatu hal yang tidak boleh didiskusikan secara terbuka. Stigma tersebut juga memunculkan rasa malu ketika mendiskusikan masalah kesehatan reproduksi. Hal tersebut menyebabkan minimnya paparan informasi mengenai kesehatan reproduksi. Hadirnya informasi di media sosial, sebagaimana yang dilakukan oleh Blood Indonesia dinilai membuka peluang untuk meningkatkan wawasan mengenai kesehatan reproduksi sehingga memandang kesehatan reproduksi secara positif, alih-alih sebagai hal yang tabu.

“iya karena kalau di zaman saya kan itu tuh masih hal yang tabu ya jadi saya bukan-bukan tipe yang langsung nanya ke orang gimana gimana gitu kalau tentang kesehatan reproduksi. Paling ya kalau nggak ke temen dekat yang udah bener-bener dekat, ya paling lewat saya cari-cari sendiri infonya gitu. Apa ya mungkin karena, kalau orang tua dulu kan kita nyebutin nama vagina aja dalam bahasa masing-masing-kon disebutnya jorok gitu. Kayaknya nggak boleh nih kita ngomongin tentang itu jadi mungkin gara-gara doktrin dari orang tua juga, orang-orang dulu gitu, kalau misalkan eh nggak boleh ngomong nggak boleh itu jadi, kita juga nggak tahu info-info seputar itu. Kalau dulu gitu. Jadi lebih ke curious, penasaran sendiri dan akhirnya ya cari info-info sendiri juga. Karena kalau nanya langsung kitanya malah jadi malu gitu karena dari awalnya dikatakan kalau itu tuh hal-hal yang jorok dan kita nggak boleh tahu..” [FQ, wawancara 20 Mei 2023]

Informan 1 juga memandang informasi pada Blood Indonesia mengajak audiens untuk mengenali organ reproduksi yang dimiliki, sebagai bentuk kesadaran terhadap kesehatan reproduksi, dan meluruskan berbagai informasi yang salah seputar kesehatan reproduksi. Secara khusus, informan 1 mengungkapkan konten Blood Indonesia meluruskan pandangan mengenai selaput dara dan elastisitas vagina, yang sering disalahpahami oleh masyarakat. Menindaklanjuti pandangan tersebut,

informan 1 juga merasa memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan pengetahuan dan memperjelas informasi mengenai miskonsepsi terkait kesehatan reproduksi, seperti korelasi antara selaput dara dengan keperawanan.

Informan 2 menyorot hal yang berbeda. Informan 2 tidak menyoroti akses informasi kesehatan reproduksi, melainkan cenderung menyoroti bagaimana informasi di Blood Indonesia meluruskan informasi terkait miskonsepsi seputar kesehatan reproduksi serta membantu kesadaran audiens terkait kesehatan reproduksi. Informan 2 mengungkapkan bahwa masih banyak informasi kurang akurat mengenai kesehatan reproduksi yang diyakini oleh masyarakat awam. Informan 2 terutama menyebutkan mengenai fase pasca kehamilan, perbedaan vulva dan vagina, kerapatan lubang vagina sebagai penanda keperawanan, keputihan, dan diversitas organ reproduksi. Mengikuti pandangan masih terbatasnya pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan reproduksi, informan 2 merasa bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi akurat mengenai kesehatan reproduksi. Informan 2 juga menyoroti bagaimana informasi pada Blood Indonesia dapat meningkatkan kesadaran reproduksi pada masyarakat. Berbeda dengan informan 1 yang lebih menyoroti pentingnya mengenali organ reproduksi, informan 2 menekankan pada penggunaan ilustrasi pada Blood Indonesia yang memudahkan masyarakat awam dengan literasi kesehatan reproduksi yang terbatas untuk memahami informasi yang coba disampaikan.

Informan 3 menyoroti akses informasi mengenai kesehatan reproduksi yang masih terbatas. Senada dengan informan 1, informan 3 memandang stigma terhadap kesehatan reproduksi menjadi hambatan untuk memperoleh informasi. Informan 1 juga mengungkapkan mengenai kesadaran mengenai kesehatan reproduksi yang masih terbatas melalui pernyataannya sebagai berikut.

Informan 3 memandang informasi di Blood Indonesia penting untuk disadari karena berkaitan

dengan kebutuhan perempuan sehari-hari. Miskonsepsi mengenai informasi kesehatan reproduksi juga disorot oleh informan 3, yang mengungkapkan bahwa menyampaikan informasi akurat seputar kesehatan reproduksi lebih mudah diterima oleh audiens dengan menggunakan alat peraga sebagai bantuan visual.

Informan 4 tidak menyoroti akses informasi kesehatan reproduksi, melainkan cenderung memandang dari segi kesadaran mengenai kesehatan reproduksi. Informan 4 mengungkapkan pentingnya informasi di Blood Indonesia karena masih banyak perempuan yang tidak mengetahui dan menyepelekan kesehatan reproduksi. Informan 4 juga menyebutkan mengenai kesadaran untuk mengenali organ reproduksi seperti yang disampaikan oleh informan 1. Kesalahan informasi seputar kesehatan reproduksi juga menjadi sorotan. Informan 4 menekankan pada kesalahan informasi yang beredar di masyarakat mengenai serviks, sehingga memerlukan informasi yang lengkap untuk meluruskan miskonsepsi tersebut. Tanggung jawab untuk menyebarkan pengetahuan juga dirasakan oleh informan 4, tetapi penyebaran lebih berfokus pada mampu menyampaikan informasi yang tepat apabila ada yang bertanya, alih-alih secara aktif berusaha untuk membagikan informasi.

Berbeda dengan empat informan sebelumnya, informan 5 hanya menyoroti mengenai akses terhadap informasi kesehatan reproduksi dan kesadaran mengenai kesehatan reproduksi. Pandangan informan 5 mengenai akses informasi kesehatan reproduksi senada dengan yang disampaikan oleh informan 1 dan informan 3 bahwa stigma yang melekat pada kesehatan reproduksi membuat sulit untuk mendapatkan mendiskusikan kesehatan reproduksi. Terkait kesadaran mengenai kesehatan reproduksi, informan 5 mengungkapkan mengenai kemampuan memahami dan menginterpretasikan informasi kesehatan reproduksi yang akan terbantu dengan penjelasan detail.

"Menurut aku, mungkin kalau untuk aku yang ya sedikit tahu, terbantu dengan adanya image. (...) Walaupun dia udah kayak dilingkarin kan, maksudnya persepsi orang beda-beda jadi mungkin bisa kayak dikasih penjelasan lebih spesifik mana itu folikel atau mungkin rahimnya yang mana, indung telur yang mana, kayak gitu sih, ovarium yang mana." [DH, 9 Juni 2023]

Informan 5 juga menyampaikan bagaimana informasi di Blood Indonesia membantu perempuan lebih memperhatikan kesehatan reproduksinya dan menyadari diversitas dari organ reproduksi. Informan ini merasa bahwa penting bagi perempuan untuk mengenal dan memahami organ reproduksi mereka, dan mengapresiasi pendekatan yang melibatkan penggunaan video dan alat peraga untuk memberikan pemahaman visual yang lebih baik.

Selaras dengan informan lainnya, informan 6 juga menyoroti kurangnya kesadaran sehari-hari terhadap fenomena seperti keputihan, yang menunjukkan pentingnya meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai hal tersebut. Akses terhadap informasi yang terbatas akibat stigma terhadap kesehatan reproduksi juga disorot, selaras dengan pernyataan informan 1, informan 3, dan informan 5, informan ini juga menyoroti pentingnya membahas vagina sebagai organ secara terbuka agar masyarakat terbiasa dan terpapar dengan materi-materi yang menjelaskan tentang organ vagina dan organ reproduksi perempuan secara menyeluruh.

Informan 6 juga menyoroti kesalahan informasi mengenai kesehatan reproduksi, khususnya beberapa miskonsepsi umum terkait vagina, selaput darah, dan elastisitas vagina. Informan ini juga mengungkapkan kebutuhan untuk memperbaiki pemahaman yang keliru tentang bagaimana vagina bekerja, terutama dalam konteks kesuburan dan pengaruh pH vagina terhadap sperma. Informan 6 mengungkapkan memiliki rasa tanggung jawab untuk menyebarkan informasi yang disampaikan pada Blood Indonesia.

" (...) Dan aku akhirnya ngerasa kayak akun-akun kayak Blood ini, they're creating agent. Mereka nggak cuman ngasih referensi dan ngasih pengetahuan, tapi mereka munculin agen-agen baru juga, orang-orang lain yang istilahnya secara nggak langsung akhirnya jadi front liner-nya mereka gitu buat nge-share ke followersnya mereka sendiri." [LC, wawancara 10 Juni 2023]

Informan tersebut juga mengungkapkan bahwa konten di Blood Indonesia pada akhirnya merupakan upaya untuk menghasilkan agen-agen perubahan melalui kontennya. Hal tersebut menunjukkan bahwa informan 6 merasa memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan informasi setelah mengonsumsi konten.

3. *Frame* Konstruksi Sosial

Frame ketiga yang digunakan oleh informan pada sesi wawancara adalah bingkai konstruksi sosial. *Frame* ini berkaitan dengan norma sosial, nilai budaya, dan nilai moral. Bingkai ini banyak digunakan oleh informan ketika mengonsumsi konten tentang selaput dara, elastisitas vagina, dan konten-konten yang mengajak untuk mengenali organ reproduksi, utamanya bagian vagina dan serviks. Keenam informan menggunakan bingkai ini, dengan menyetujui maupun menolak konstruksi sosial tersebut.

Informan 1 menggunakan bingkai ini saat mengonsumsi konten seputar selaput dara dan vagina. Informasi mengenai keberagaman selaput dara dinilai menggunakan bingkai konstruksi sosial dengan menyoroti bagaimana informasi tersebut menghalau anggapan selaput dara sebagai penanda keperawanan. Informan 1 juga menggunakan bingkai tersebut pada konten mengenali vagina. Informan 1 mengungkapkan kekhawatiran atas dugaan tidak perawan dan hanya menerapkan informasi pada konten itu setelah menikah. Informan tersebut juga menggunakan bingkai ini ketika mengonsumsi konten mengenai elastisitas vagina. Informan mengungkapkan bagaimana masyarakat kerap mengaitkan elastisitas vagina dengan akti-

vitae seksual, yang dibantah melalui informasi Blood Indonesia.

Selaras dengan informan 1, informan 2 menggunakan bingkai ini ketika mengonsumsi konten mengenai selaput dara. Informan 2 mengungkapkan bahwa selaput dara sering dikaitkan dengan keperawanan. Informan tersebut juga merasa bahwa masih banyak masyarakat yang meyakini anggapan tersebut sebagai sebuah fakta. Edukasi kesehatan reproduksi dengan target audiens laki-laki juga disorot oleh informan 2.

Informan 3 menyampaikan kekhawatiran untuk mengenali organ reproduksi dan menggunakan alat bantu menstruasi yang dimasukkan ke dalam vagina. Alasannya karena khawatir dinilai sudah tidak perawan saat menikah. Informan 3 mengetahui bahwa anggapan tersebut tidak benar, tetapi mengaku masih menganut norma tersebut.

"soalnya kan, itu penggunaannya juga harus dimasukkan ke vaginanya gitu-kan jadi kayak. Apalagi kan kita masih dipengaruhi oleh culture budaya kita yang kayak apalagi kayak apa cowok kan ketakutan dari itu si pemikiran si cowok kayak pasangan nanti kayak kok udah robek gitu lah. Jadi kayak masih menjaga lah, jadi nggak mau ambil resiko pakai tampon itu, meskipun itu-kan lebih ramah lingkungan. Sebenarnya mungkin kalau udah nikah sih Aku bisa pakai itu lebih memilih tampon." (ET, wawancara 25 Mei 2023).

Informan 4 dan informan 5 menyatakan penolakan terhadap konstruksi sosial bahwa keutuhan selaput dara merupakan penanda keperawanan perempuan. Informan 4 menyampaikan penolakan dan ketidaksetujuan terhadap anggapan selaput dara sebagai penanda keperawanan. Informan menilai konten Blood Indonesia berusaha untuk meluruskan anggapan tersebut. Informan 5 mengungkapkan bahwa selaput dara bukan menjadi penanda keperawanan perempuan. Lebih lanjut, informan 5 menyebutkan bahwa nilai perempuan seharusnya tidak dinilai melalui aktivitas seksualnya. Namun, selaras dengan informan 3, informan 5 masih merasakan kekhawatiran yang didasari oleh anggapan bahwa selaput dara merupakan

penanda keperawanan perempuan. Kekhawatiran tersebut diungkapkan saat mengonsumsi konten terkait mengenali serviks.

"karena yang aku tahu itu selaput dara itu ketika sobek atau apa, itu udah tidak perawan atau apa ya. Terus habis itu nanti kalau misalnya kita mau ngecek serviks atau apakah itu, karena tadi kita memasukkan itu apakah selaput dara kita akan baik-baik aja atau gimana, aku masih belum tahu dari informasi itu ya karena dia itu kan di beberapa lapis, berapa cm di dekat vagina kan, eh di depan gitu maksud aku, dia kan nggak masuk banget sampai serviks. Nah itu mungkin karena aku yang minimum informasi sih, jadi aku masih belum tahu itu selaput dara itu kalau misalnya dimasukin jari apakah aman atau enggak." [DH, wawancara 9 Juni 2023]

Seperti lima informan sebelumnya, informan 6 menggunakan bingkai ini saat mengonsumsi konten mengenai selaput dara. Informan 6 menyoroti mengenai konstruksi sosial yang berlaku di masyarakat terkait selaput dara sebagai penanda keperawanan. Informan ini juga menyampaikan bahwa informasi pada Blood Indonesia dapat membongkar anggapan tersebut.

4. Frame Kredibilitas Blood Indonesia

Frame ini berkaitan dengan evaluasi dan persepsi terhadap kredibilitas atau kepercayaan pada Blood Indonesia. Ini melibatkan faktor-faktor seperti akurasi, keandalan, keahlian, dan transparansi informasi yang diberikan oleh media. Bingkai ini muncul pada lima informan saat mengonsumsi konten-konten kesehatan reproduksi yang diproduksi oleh Blood Indonesia.

Konten-konten kesehatan reproduksi yang diproduksi oleh Blood Indonesia tidak hanya menyebarkan pengetahuan seputar kesehatan reproduksi, melainkan juga bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk-produknya seperti *menstruheat*, pembalut, dan *menstrual cup*. Keenam informan mengaku memperhatikan penempatan produk pada konten-konten Blood Indonesia dan menyadari ada motivasi komersial pada konten-konten Blood Indonesia. Informan 2,

informan 4, dan informan 6 mengungkapkan bahwa mereka tidak masalah dengan penempatan produk pada konten-konten Blood Indonesia karena masih ada informasi yang didapatkan dan strategi Blood Indonesia yang benar-benar disesuaikan dengan kebutuhan perempuan alih-alih membuat khawatir dengan mengamplifikasi konstruksi sosial di masyarakat tentang menstruasi.

"kalau yang di blood ini, I don't really mind kalau mereka itu sama jualan juga karena emang kayak pertama konten dan produk mereka emang sangat membantu kayak dan mereka itu kayak specifically built for women gitu berangkatnya kayak dari dari pengalaman yang sangat relatable (...). Aku ngerasa konten-konten yang soft selling kayak gitu tuh lebih sangat lebih...eh.. Nggak harmful ya daripada konten-konten yang kayak bener-bener hard selling, atau kayak let say, emang bener soft selling tapi kayak pakai pakai pancingan hal-hal yang kayak dari bentuk konstruksi sosial itu tadi." [LC, 10 Juni 2023]

Meskipun Blood memiliki motif komersial selain edukasi, informan mengaku percaya dengan informasi yang disampaikan oleh Blood Indonesia dengan alasan yang beragam. Informan 1 menyoroti penggunaan sumber pada Blood Indonesia yang transparan dengan menampilkan sumber yang digunakan pada audiens. Informan ini juga mengaku percaya pada Blood Indonesia karena rekam jejak konten-konten sebelumnya yang menggunakan informasi valid. Selaras dengan informan 1, informan 2 juga menilai Blood Indonesia sebagai kredibel dengan menyampaikan informasi yang terbukti validitasnya. Namun, informan 2 mengungkapkan terdapat beberapa informasi pada konten Blood Indonesia yang kurang akurat. Informan 2 secara khusus menyoroti tentang *douching*.

Informan 3 juga menilai informasi di Blood Indonesia bisa dipercayai karena menganggap Blood Indonesia sebagai media yang kredibel. Namun, berbeda dengan dua informan sebelumnya yang menekankan pada sumber, informan 3 memandang pengemasan dan interaksi media dengan

pengguna sebagai wujud kredibilitas bida dipercayai karena Blood Indonesia.

"Kayaknya soalnya kan pengemasannya profesional terus followernya juga udah banyak juga, terus aku lihat komen komennya juga menarik banyak yang kayak ngajak diskusi lah intinya tanya gitu terus dijawab juga sih, biasanya langsung direspon sama admin pernah tanya." [ET, wawancara 25 Mei 2023]

Berbeda dengan FR mengungkapkan kepercayaan pada Blood Indonesia dalam menyampaikan informasi karena telah percaya dengan produk-produk yang diproduksi oleh Blood Indonesia.

Informan 6 menyebut Blood Indonesia sebagai media yang kredibel dan dapat dipercayai informasinya. Senada dengan empat informan sebelumnya, informan 6 juga menyebutkan sumber-sumber yang digunakan oleh Blood Indonesia sebagai salah satu alasan mempercayai informasi pada akun Instagram @blood.indonesia. Namun, informan 6 juga menyoroti orang-orang yang ada di balik media Blood Indonesia. Informan 6 mengungkapkan rasa percaya bahwa pengelola akun Instagram @blood.indonesia memiliki rasa tanggung jawab untuk menyebarkan informasi yang akurat.

"Aku ngerasa selalu mereka kasih sumber, mereka kasih sumber, mau itu penelitian atau website, dan gimana ya aku emang ngerasa beberapa media yang aku follow tuh, I feel like they as apa ya as the person behind the media itu mereka emang bener-bener ngerasa responsible untuk untuk spreading the information jadi kayak mereka pun bikin konten juga riset-riset dulu sampai dimana konten mereka tuh akhirnya bisa dikemas jadi sebuah konten yang mudah banget buat dipahami sama orang-orang.." [LC, wawancara 10 Juni 2023]

Anggapan informan 6 mengenai rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh informan 6 membuat informan tersebut yakin bahwa Blood Indonesia berdedikasi untuk mengedukasi masyarakat sehingga akan menyajikan informasi yang berbasis riset mendalam.

Pembahasan

Framing adalah proses seleksi dan penekanan pada fakta-fakta khusus. Dalam konteks ini, framing melibatkan pemilihan dan pemberian penekanan pada elemen-elemen tertentu dalam penyampaian informasi. Dengan menggunakan strategi framing, individu atau media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi cara orang memahami dan menafsirkan. Gitlin (1980) mendefinisikan framing informasi yang disajikan. AarØe (2017) menyimpulkan bahwa studi framing terbagi menjadi dua, yaitu bingkai media dan bingkai audiens. Bingkai media mencakup kata-kata, gambar, frasa, dan gaya presentasi yang digunakan oleh komunikator seperti politisi dan outlet media saat menyampaikan informasi tentang suatu isu atau peristiwa kepada audiens (Chong & Druckman dalam AarØe, 2017). Framing media memiliki peran penting dalam membentuk opini publik, tetapi audiens memiliki kemampuan untuk mengurangi dampak yang lebih ekstrim dari framing media, atau bahkan menolaknya (Gitlin, 1980).

Entman menjelaskan bahwa framing audiens adalah kumpulan gagasan yang disimpan dalam pikiran audiens untuk memandu proses pengolahan informasi pada individu (Kilgo, 2017). Framing audiens juga dapat dianggap sebagai cara bagi audiens untuk menilai dan menginterpretasikan informasi. Framing audiens menjelaskan apa yang audiens lihat sebagai aspek yang paling menonjol dari suatu masalah dan bagaimana audiens memahami masalah tersebut (Entman dalam AarØe, 2017). Scheufele dalam Hapsari (2013) menyatakan bahwa audiens tidak secara pasif menerima teks media, tetapi juga mempertimbangkan nilai, keyakinan, pengetahuan, dan pengalaman dari kelompok referensi untuk mengonstruksi makna, sehingga teks media dapat memiliki banyak makna tergantung pada siapa yang memaknainya. Selain faktor perbedaan individu, faktor

kontekstual juga berpengaruh terhadap efek pembingkai. AarØe (2017) mengidentifikasi tiga faktor kontekstual yang memengaruhi efek pembingkai, yaitu kredibilitas sumber, percakapan dengan audiens lain, dan lingkungan informasi.

1. Kesehatan Perempuan dan Konstruksi Sosial

Kesehatan perempuan didefinisikan oleh Handajani dan Safriana (2020) sebagai kesehatan fisik, mental, dan psikososial perempuan. Tercapainya standar kesehatan perempuan memiliki andil dalam keberlanjutan hidup perempuan. Dalam konteks kesehatan reproduksi, kesehatan perempuan perlu dikaitkan dengan definisi dari kesehatan reproduksi. WHO mendefinisikan kesehatan reproduksi sebagai keadaan sejahtera fisik, mental, dan sosial secara utuh tidak semata-mata bebas dari penyakit atau kecacatan-berkaitan dengan sistem reproduksi, fungsi, dan prosesnya. Sutton dan Borland (2013) mendefinisikan bingkai kesehatan perempuan meliputi risiko kesehatan dan aksesibilitas terhadap layanan kesehatan.

Peneliti menemukan informan menyorot informasi yang disampaikan pada Blood Indonesia melalui bingkai kesehatan perempuan. Sesuai dengan definisi Sutton dan Borland, peneliti melihat bahwa informan cenderung menyoroti dari segi risiko terhadap kesehatan perempuan yang meliputi: (1) cara penanganan organ yang tepat; (2) pencegahan, deteksi, dan cara mengatasi masalah kesehatan reproduksi; dan (3) kekhawatiran perempuan terkait masalah kesehatan reproduksi. Namun, peneliti menemukan bahwa risiko yang dirujuk oleh informan masih terbatas pada masalah kesehatan reproduksi yang disebabkan oleh kondisi organ reproduksi yang tidak saniter, seperti keputihan. Menurut UNESCO (2018), kesehatan reproduksi seharusnya meliputi: (1) kehamilan dan pencegahan kehamilan; (2) stigma, perawatan, pengobatan dan dukungan terhadap HIV dan AIDS; serta (3) memahami, mengenali, dan mengurangi risiko Infeksi Menular Seksual (IMS).

Peneliti menemukan bahwa hanya satu yang menyorot mengenai IMS sebagai bagian dari risiko terhadap kesehatan perempuan, sementara terkait kehamilan dan HIV AIDS tidak disebutkan sama sekali oleh informan sebagai risiko terhadap kesehatan perempuan. Hal tersebut dapat dijelaskan dengan mekanisme psikologi audiens dalam proses framing yang dikemukakan oleh Chong dan Druckman (dalam Hapsari, 2013). Pada tahap pertama, audiens telah memiliki pengetahuan terkait kesehatan reproduksi. Peneliti melihat hanya sebagian informan yang mampu mengidentifikasi IMS sebagai bagian dari kesehatan reproduksi dan hanya satu yang menyebutkan kehamilan. Kedua, pengetahuan audiens mengenai kesehatan reproduksi diakses ketika menangkap framing pada Blood Indonesia. Ketiga, audiens mengevaluasi permasalahan berdasarkan motivasi individu, yaitu seberapa penting framing tersebut bagi audiens. Peneliti menemukan motivasi individu yang rendah untuk mengadopsi framing terkait IMS, kehamilan, dan HIV AIDS karena belum memiliki pasangan dan belum pernah berhubungan seksual. Temuan tersebut juga sesuai dengan pernyataan Scheufele bahwa nilai, keyakinan, pengetahuan, dan pengalaman turut mempengaruhi audiens dalam memaknai isi teks media (Hapsari, 2013).

Pengetahuan audiens mengenai IMS, kehamilan, dan HIV AIDS yang terbatas juga tidak terlepas dari pengaruh media yang jarang mengangkat mengenai cara mengantisipasi risiko IMS, kehamilan, dan HIV AIDS. Salah satunya adalah dengan menggunakan alat kontrasepsi. Pakasi dan Kartikawati (2013) menemukan bahwa edukasi mengenai kesehatan reproduksi selama ini masih berfokus pada aspek biologis dan mengabaikan materi mengenai alat kontrasepsi karena dianggap mendorong perilaku seksual tertentu. Norma budaya dan sosial yang berlaku di masyarakat Indonesia menjadi tantangan yang masih menyelimuti diskusi mengenai kesehatan reproduksi.

Schwartz dan Rutter menyebut gender dan seksualitas sebagai konstruksi sosial yang dibentuk oleh faktor budaya dan sosial selain faktor biologis dan fisiologis (Carpenter, 2010). Salah satu bentuk konstruksi sosial yang masih langgeng bagi masyarakat Indonesia adalah konsep keperawanan yang dikaitkan dengan kondisi selaput dara. Tuthill (2014) menyebutkan bahwa konstruksi sosial umumnya terintegrasi dengan baik dalam suatu budaya sehingga dianggap sebagai kebenaran yang universal. Keperawanan disebut sebagai konstruksi sosial sebab definisinya bervariasi lintas budaya, bahkan beberapa budaya tidak memberi nilai sama sekali pada keperawanan (DeLamter & Hyde dalam Tuthill, 2014).

Peneliti menemukan bahwa seluruh informan menggunakan bingkai konstruksi sosial dalam mengonsumsi konten yang dipublikasi di akun Instagram @blood.indonesia. Informan terutama menyoroti anggapan di masyarakat terkait keperawanan perempuan. Masyarakat menggunakan kondisi organ reproduksi perempuan seperti robeknya selaput dara (hymen) dan elastisitas sebagai penanda keperawanan perempuan meskipun belum ditemukan bukti medis mengenai korelasi antara keutuhan selaput dara dengan pengalaman seksual (Cinthio dalam Pratama, 2019). Berger dan Wenger menyatakan bahwa terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi keutuhan selaput dara, bahkan beberapa perempuan terlahir tanpa selaput dara, sehingga acuan keutuhan selaput dara sebagai penanda keperawanan tidak berdasarkan fakta biologis (Tuthill, 2014). Peneliti melihat bahwa informan memandang informasi yang disampaikan oleh Blood Indonesia sebagai upaya untuk meluruskan anggapan mitos mengenai selaput dara dan elastisitas vagina, sebagai penanda aktivitas seksual perempuan, yang beredar di masyarakat.

Menariknya, peneliti melihat bahwa berbeda dengan bingkai kesehatan perempuan di mana para informan menyoroti pentingnya pengetahuan

untuk diketahui perempuan, saat menggunakan bingkai ini, informan menilai informasi yang disampaikan oleh Blood Indonesia perlu diketahui oleh masyarakat secara keseluruhan. Peneliti juga menemukan sebagian besar informan secara spesifik menyebutkan bahwa informasi pada Blood Indonesia perlu diketahui oleh laki-laki. Terdapat kepercayaan dalam beberapa masyarakat bahwa kehormatan dan keperawanan wanita sebagai hal yang harus dijaga dan dilindungi karena penting bagi kehormatan laki-laki. Mernissi menyebutkan bahwa pandangan tersebut mengaitkan antara nilai dan status laki-laki dengan kontrol yang dimiliki atas tubuh wanita, terutama terkait keperawanan (Awwad, 2011).

Menurut Syahdiah dan Imami (2022), kehilangan keperawanan dapat memberi dampak sosial bagi perempuan seperti diceraikan dan diasingkan dari masyarakat. Aghnia menambahkan bahwa hal tersebut kerap terjadi dalam masyarakat dengan religiositas yang tinggi (Syahdiah & Imami, 2022). Hal tersebut menarik karena meskipun seluruh informan memahami bingkai pada Blood Indonesia bahwa selaput dara sebagai penanda keperawanan merupakan konstruksi sosial, peneliti melihat sebagian informan khawatir terhadap prasangka tidak perawan yang akan dihadapi oleh perempuan apabila selaput darah mereka tidak dalam keadaan utuh. Menurut AarØe (2017) kecenderungan individu-seperti orientasi nilai, identifikasi partai, kepribadian, dan sikap yang sudah ada sebelumnya-membuat audiens lebih rentan terhadap suatu bingkai dibanding audiens lainnya.

2. Kesadaran Kesehatan Reproduksi dan Kredibilitas Blood Indonesia

Media sosial memiliki beberapa fungsi di era digital yang meliputi: (1) media komunikasi digital; (2) sarana pembelajaran dan pengembangan diri; (3) media hiburan; (4) tempat membuka lapangan pekerjaan; dan (5) media pemasaran

(Widiastuti, 2018). Secara khusus, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran dan sumber informasi mengalami peningkatan (Pepitone dalam Westerman dkk., 2013). Kekuatan media sosial yang sangat masif memudahkan pengguna untuk mengakses segala informasi, salah satunya terkait isu yang berpotensi sensitif dan sarat akan stigma seperti yang berkaitan dengan kesehatan seksual (Gabarron & Wynn, 2016). Peneliti menemukan bahwa informan menggunakan bingkai pengetahuan dan kesdaram kesehatan reproduksi dan menilai pengetahuan mengenai kesehatan reproduksi masih sangat terbatas akibat akses informasi yang terbatas. Hal tersebut disebabkan oleh stigma terhadap kesehatan reproduksi sehingga menimbulkan rasa malu untuk mendiskusikan isu tersebut. Hal tersebut sesuai dengan temuan Privacy International (2010) bahwa stigma dan diskriminasi menjadi salah satu tantangan terbesar untuk mengakses informasi kesehatan reproduksi di Indonesia.

Terbatasnya akses informasi mengenai kesehatan reproduksi menyebabkan diperlukannya sumber informasi yang dapat memberi informasi yang akurat dan komprehensif. Peneliti melihat bahwa informan menemukan kebutuhan tersebut terjawab dengan kehadiran Blood Indonesia. Informasi pada Blood Indonesia mampu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu kesehatan reproduksi yang sebelumnya diabaikan. Konten-konten informatif Blood Indonesia juga meluruskan kesalahan informasi terkait kesehatan reproduksi yang masih diyakini oleh masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan McNab bahwa media sosial memberi akses informasi kesehatan bagi masyarakat yang sebelumnya tidak memilikinya (Westerman dkk., 2013).

Meskipun media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang semakin banyak dirujuk oleh masyarakat, pertanyaan terkait validitas informasi penting untuk dipertanyakan. Melalui media sosial, pengguna tidak hanya menjadi kon-

sumen konten yang pasif, melainkan juga berperan sebagai produsen konten sehingga informasi di media sosial dapat berasal dari siapa pun, terlepas dari kompetensi untuk menyampaikan informasi tersebut. Peneliti melihat bahwa informan menggunakan bingkai kredibilitas media dalam mengonsumsi informasi dengan memperhatikan transparansi sumber dan sumber informasi rujukan, rekam jejak Blood Indonesia sebagai komunikator, akurasi informasi, pengemasan informasi, interaksi media dengan pengguna, dan kepercayaan pada rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh orang-orang yang bekerja di balik Blood Indonesia. Temuan tersebut sesuai dengan komponen-komponen yang kerap ditemukan untuk menentukan kredibilitas sumber menurut Westerman dkk. (2013): kompetensi (informan percaya dengan pengetahuan media), kepercayaan pada media (informan percaya media akan menyampaikan kebenaran), dan goodwill (informan percaya media memiliki niat yang baik).

Peneliti melihat bahwa setelah informan mengonsumsi konten yang diproduksi oleh Blood Indonesia, mereka menekankan pada tanggung jawab sebagai agen yang turut berbagi informasi tersebut kepada masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan temuan Valenzuela, Piña & Ramírez (2017) bahwa pembingkai yang menekankan pada motivasi spesifik mempengaruhi kemungkinan seseorang untuk berbagi informasi yang mereka dapatkan dari media. Dalam konteks penelitian ini, peneliti melihat bahwa informan menyorot motivasi untuk meluruskan kesalahan informasi kesehatan reproduksi atau berbagi informasi baru kepada masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami cara audiens membingkai kesehatan reproduksi di akun Instagram @blood.indonesia. Temuan penelitian mencatat empat frame audiens saat melihat konten terkait kesehatan reproduksi di akun ter-

sebut. Keempat frame tersebut meliputi: (1) kesehatan perempuan, (2) konstruksi sosial, (3) pengetahuan dan kesadaran kesehatan reproduksi, dan (4) kredibilitas Blood Indonesia. Frame kesehatan perempuan menyoroti pengaruh informasi yang diberikan oleh Blood Indonesia terhadap kesehatan reproduksi perempuan. Adapun poin penting yang diangkat meliputi pencegahan, deteksi dini, penanganan masalah kesehatan reproduksi, penanganan organ reproduksi yang tepat, dan kekhawatiran perempuan terhadap kesehatan reproduksi. Frame tentang pengetahuan dan kesadaran kesehatan reproduksi menekankan akses informasi, tanggung jawab menyebarkan informasi, kesadaran akan kesehatan reproduksi, dan miskonsepsi yang berkaitan. Frame konstruksi sosial melibatkan norma budaya dan sosial yang berpengaruh terhadap pandangan terhadap informasi di Blood Indonesia. Terakhir, frame kredibilitas Blood Indonesia menekankan kepercayaan terhadap media tersebut.

Penelitian ini berkontribusi pada dua hal. Pertama, untuk kemajuan studi framing mengenai pembingkai terhadap konten di media sosial. Sebelumnya, framing seringkali berfokus pada media konvensional maupun frame yang digunakan oleh aktivis dalam mempromosikan suatu isu, sementara efek framing di media sosial masih jarang diteliti. Kontribusi kedua adalah terhadap penelitian mengenai edukasi kesehatan reproduksi. Identifikasi frame yang digunakan oleh audiens dapat digunakan untuk menyesuaikan materi edukasi kesehatan reproduksi untuk mempermudah adopsi framing media terkait isu kesehatan reproduksi oleh audiens. Penelitian ini memiliki kekurangan, yaitu kurangnya keragaman informan dalam hal gender. Oleh karena itu, saran untuk penelitian selanjutnya adalah menggunakan informan yang lebih beragam terkait gender. Selain itu, perlu diteliti lebih lanjut mengenai efektivitas strategi pemasaran Blood Indonesia, karena audiens juga memperhatikan penempatan

produk dalam konten-konten edukatif di akun tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aarøe, L. (2017). Framing: Audience Framess. The International Encyclopedia
- Awwad, A. M. (2011). Virginitiy Control and Gender-Based Violence in Turkey: Social Constructionism of Patriarchy, Masculinity, and Sexual Purity. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(15), 105-110.
- BKKBN, BPS, Kemenkes, & ICF. (2018). Indonesia Demographic and Health Survey 2017: Adolescent Reproductive Health.
- Carpenter, L. M. (2010). Like a virgin...again?: Secondary Virginitiy as an ongoing gendered social construction. *Sexuality & Culture*, 15(2), 115-140. <https://doi.org/10.1007/s12119-010-9085-7>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design* (5th ed.). SAGE Publications.
- Diarsvitri, W., & Utomo, I. D. (2022). Medical perspective of reproductive health education in Indonesian schoolbooks. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.943429>
- Elzoheiry, R. (2021). A netnography of digital popular education on Instagram: Arabic sexual and reproductive health education. [Tesis, McGill University].
- Gabarron, E., & Wynn, R. (2016). Use of social media for sexual health promotion: A scoping review. *Global Health Action*, 9(1).
- Hapsari, T. B. (2013). Audiens Framing : Peluang Baru dalam Penelitian Audiens. *Jurnal Komunikasi*, 1(6), 485-502.
- Hidayah, R. R. (2023). Cyberfeminism's Resistance to Women's Marginalization: Gender Discourse Analysis on Magdalene.co Website: Perlawanan Cyberfeminisme terhadap Marginalisasi Perempuan: Analisis Wacana Gender dalam Situs Magdalene.co. *Journal of Gender Equality and Millennium Development*, 1(1), 21-30. <https://ejournal.aecindonesia.org/index.php/jgemd/article/view/51>
- Jensen, & J. Jurišić (Eds.), *Audience Research Methodologies: Between Innovation and Consolidation* (pp. 37-53). essay, Routledge.
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2017). Advances in social media research: Past, present and future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531-558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>
- Magdalene. (2022). Teens say they need sex education: Magdalene Survey. *Sex Education for Teens, Is It Important?* Diakses pada 9 Oktober 2022, dari <https://magdalene.co/story/teens-say-they-need-sex-education-magdalene-survey>.
- McQuail, D. (1977). *Audience analysis*. SAGE Publications.
- Mulyani, E., Handajani, D. O., & Safriana, R. E. (2020). *Buku Ajar Kesehatan Reproduksi Wanita*. Literasi Nusantara.
- Nadhira, A., Nadindya, K., & Maheswara, R. P. (2020, December 25). *Keterbukaan Pendidikan seks di Indonesia: Hambatan Dan Implementasi*. *Economica*. Diakses pada 9 Oktober 2022, dari <https://www.economica.id/2020/09/11/keterbukaan-pendidikan-seks-di-indonesia-hambatan-dan-implementasi/>.
- Rajasa, F. I., Widjanarko, B., & Husodo, T. (2020). Hubungan Intensitas Pemanfaatan Konten Kesehatan Reproduksi pada Media Sosial Instagram terhadap Tingkat

- Pengetahuan Remaja di Pulau Jawa. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Undip)*, 8(5), 694-699.
- Pakasi, D. T., & Kartikawati, R. (2013). Antara Kebutuhan dan Tabu: Pendidikan Seksualitas dan Kesehatan Reproduksi bagi Remaja di SMA. *Makara Seri Kesehatan*, 17(2), 79-87. <https://doi.org/10.7454/msk.v17i2.xxxx>.
- Pratama, A. A. (2019). Politik Tubuh Perempuan: Studi Tes Genitalia pada Perekrutan Anggota Polisi Baru di Indonesia. *International Journal of Demos*, 1(3), 330-345.
- Privacy International. (2020). Country case-study: Sexual and reproductive rights in Indonesia. Privacy International. Diakses pada 5 Oktober 2022, dari <https://privacyinternational.org/long-read/3853/country-case-study-sexual-and-reproductive-rights-indonesia>
- Rafif, M., & Listyaningsih, U. (2021). Spatial disparity of knowledge levels on reproductive health among Indonesia's adolescents: Spatial analysis of 2017 IDHS Data. *Populasi*, 29(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jp.67194>
- Saha, R., Paul, P., Yaya, S., & Banke-Thomas, A. (2022). Association between exposure to social media and knowledge of sexual and reproductive health among adolescent girls: Evidence from the Udaya Survey in Bihar and Uttar Pradesh, India. *Reproductive Health*, 19(1). <https://doi.org/10.1186/s12978-022-01487-7>
- Simon, L., & Daneback, K. (2013). Adolescents' use of the internet for sex education: A thematic and critical review of the literature. *International Journal of Sexual Health*, 25(4), 305-319. <https://doi.org/10.1080/19317611.2013.823899>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sutton, B., & Borland, E. (2013). Framing Abortion Rights in Argentina's Encuentros Nacionales de Mujeres. *Feminist Studies*, 39(1), 194-234.
- Syahdiah, U., & Imami, M. K. W. (2022). Men's View of Women's Virginitiy Stereotypes. *Prosiding Konferensi Nasional Gender Dan Gerakan Nasional*, 1(1), 489-496.
- Tuthill, E. (2014). Virginitiy as a Social Construct and its Consequences: An Anthropological Perspective. (G. M. Logan, S. L. Miller, M. Wong, & D. J. Wyrembelski, Eds.). *Humanorum: The Central Michigan University Journal on Society*, 2, 138-150.
- UNESCO, UNAIDS, UNFPA, UNICEF, UN Women, & WHO. (2018). *International technical guidance on sexuality education (revised)*. UNESCO.
- Valenzuela, S., Piña, M., & Ramírez, J. (2017). Behavioral Effects of Framing on Social Media Users: How Conflict, Economic, Human Interest, and Morality Frames Drive News Sharing. *Journal of Communication*, 67(5), 803-826.
- Vicente-Mariño, M. (2014). Audience Research Methods: Facing the Challenges of Transforming Audiences. Dalam G. Patriarcho, H. Bilandzic, J. L.
- Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2013). Social Media as information source: Recency of updates and credibility of information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 171-183. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12041>
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah