

INTISARI

Analisis Konten Posting-an Terkait HIV di Instagram di Indonesia

Farah Az Zahra¹, dr. Yanri Wijayanti Subronto, Ph.D, Sp.PD-KPTI², Anis Fuad, S.Ked., DEA³, dr. Lutfan Lazuardi, M. Kes., Ph. D⁴

1 Medical, Public Health and Nursing Study Program, Gadjah Mada University, Yogyakarta

2 Division of Tropical Medicine and Infectious Diseases, Department of Internal Medicine, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

3 Department of Biostatistics, Epidemiology, and Population Health, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

4 Department of Health Policy and Management, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Latar Belakang: Seiring meningkatnya kasus HIV (Human Immunodeficiency Virus) di Indonesia yang dilaporkan Kementerian Kesehatan RI pada Juni 2022, prevalensi ODHA (Orang Hidup Dengan HIV) sebanyak 519.158 orang. Peran media sosial sebagai wadah promosi kesehatan di sini mengambil peran yang besar untuk mengedukasi dan mencegah penyakit seperti HIV di masyarakat. Dimana Instagram merupakan salah satu media sosial terbesar di Indonesia yang telah digunakan untuk berbagi pengetahuan tentang pencegahan dan pengendalian HIV serta menciptakan intervensi peer-to-peer untuk mendukung ODHA yang memiliki kepatuhan pengobatan antiretroviral yang buruk, serta oleh ODHA yang memiliki kepatuhan pengobatan antiretroviral yang buruk. HIV untuk mengakses informasi dan dukungan emosional. Sayangnya, praktik esoterik dan kesehatan tanpa dasar ilmiah yang kuat dapat dipromosikan di Internet. Namun, masih sedikit penelitian yang fokus menganalisis konten terkait HIV yang diposting, sehingga penelitian ini akan mengeksplorasi konten HIV yang diposting di Instagram di Indonesia.

Tujuan: Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi konten viral terkait HIV di Instagram yang diposting di Indonesia sebagai bagian dari promosi kesehatan di media sosial.

Metode: Metode penelitian ini adalah studi analisis konten yang bertujuan untuk mengeksplorasi karakteristik konten terkait HIV yang paling banyak diposting di Instagram Indonesia. Dimana Brand24 digunakan sebagai alat informasi untuk memilih konten yang diposting teratas mingguan dengan tema tertentu yaitu HIV dalam penelitian ini. Brand24 adalah alat wawasan publik yang dapat mempelajari metrik media sosial seperti total interaksi, periode, bahasa, dan skor kinerja. Untuk memilih subjek yang mewakili populasi, ditentukan berdasarkan rata-rata konten terkait HIV yang diposting setiap bulan, dan dari sana diambil 10% populasi. Postingan

tersebut dianalisis dengan *engagement* dan Skor INDEX Literasi Kesehatan yang diadaptasi oleh Kaphingst dkk. (2012)

Hasil: Pada penelitian ini, konten yang paling banyak diposting adalah konten informasi sebanyak 42%, diikuti oleh dokumentasi (26%), berita (12%), pengalaman (8%), promosi (4%), dan paling sedikit 2% adalah diskusi terbuka, wawancara, stigmatisasi dan kutipan. Sebagian besar postingan tersebut diposting oleh lembaga swadaya masyarakat (36%), kemudian personal (26%), institusi (18%), organisasi pemerintah (10%), media berita (12%), serta akun perusahaan dan gosip. setidaknya untuk memposting dengan masing-masing 2%. Dimana rata-rata Skor INDEKS Literasi Kesehatan pada penelitian ini adalah 3,3.

Kesimpulan: Sebagian besar konten terkait HIV yang diposting di Instagram adalah konten informasional. Dimana LSM merupakan jenis akun yang paling banyak memposting tentang HIV di Instagram. Dari adaptasi Health Literacy INDEX rata-rata skor pada penelitian ini diartikan cukup.

Kata kunci: HIV, ODHA, Instagram, analisis sosial media

ABSTRACT

CONTENT ANALYSIS OF HIV RELATED POST ON INSTAGRAM IN INDONESIA

Farah Az Zahra¹, dr. Yanri Wijayanti Subronto, Ph.D, Sp.PD-KPTI², Anis Fuad, S.Ked., DEA³, dr. Lutfan Lazuardi, M. Kes., Ph. D⁴

1 Medical, Public Health and Nursing Study Program, Gadjah Mada University, Yogyakarta

2 Division of Tropical Medicine and Infectious Diseases, Department of Internal Medicine, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

3 Department of Biostatistics, Epidemiology, and Population Health, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

4 Department of Health Policy and Management, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Corresponding author: farahaz02@mail.ugm.ac.id

Background: As HIV (Human Immunodeficiency Virus) case in Indonesia is keep increasing reported by Indonesia Ministry of Health in June 2022 the prevalence of PLWH (People Living With HIV) is 519,158 people. The role of social media as a place for health promotion takes a big role here for educating and prevention of disease such as HIV in the community. Where Instagram is one of the biggest social media in Indonesia been used to share knowledge about HIV prevention and control and to create peer-to-peer interventions to support people living with HIV who have poor antiretroviral medication adherence, as well as by people living with HIV to access information and emotional support. Unfortunately, esoteric and health practices without a solid scientific foundation can be promoted on the Internet. However, there are still few studies that focus on analysing HIV related content that is posted, so this study will explore on HIV content posted on Instagram in Indonesia.

Objectives: This study is done to explore viral HIV-related content on Instagram posted in Indonesia as part of health promotion on social media.

Methods: The method of this study is content analysis study where the purpose is to explore the characteristic of top HIV-related content posted in Instagram Indonesia. Where Brand24 used as information tool to choose the weekly popular posted content with specific theme which is HIV in this study. Brand24 is a public insight tool where it can study social media metrics such as total interactions, periods, languages and performing scores. To choose the subject that represent the population, it's by average

of HIV-related content posted monthly, and from there 10% of the population is taken. The post is analyzed by engagement and Health Literacy INDEX Score adapt by Kaphingst et al. (2012)

Results: In this study, most posted content are informational content with 42% followed by documentation (26%), news (12%), experience (8%), promotion (4%), and the least with 2% are open discussion, interview, stigmatizing and quotes. Most of the post are posted by non-governmental organization (36%), then personal (26%), institution (18%), governmental organization (10%), news media (12%), and for company and gossip account the least to post with 2 % each. Where the average Health Literacy INDEX Score in this study is 3,3.

Conclusion: Most HIV-related content posted on Instagram is informational content. Where NGOs are the type of account that mainly post about HIV on Instagram. From the adaption of Health Literacy INDEX the average score in this study are interpreted as fair.

Keywords: HIV, PLWH, Instagram, social media analysis