

Informasi Kesehatan di Media Online

Siswanta

Program Studi Ilmu Komunikasi UNISRI Surakarta

e-mail: siswanta@live.com

Abstract

People engage in health information seeking via the Internet. The internet can be accessed by every one with information tools, smart phone. They will seek information from websites disseminate health information online, with likely consequences for the health care system. The purpose of this research is to analyze websites on mainstream digital media as a primary health information source and its tangible and intangible effects on both individuals. Result of this research may help explain the phenomena of credibilities online media. Most importantly, the paper tries to make contributions to the online media as message senders and individual as receivers or users. Based on a case study of mainstream digital media-credibility websites as a information source, this research has two aims. First to investigate some depth of understanding of how the internet's users seeking information health online. Second, such a framework has been theoretically explored and empirically demonstrated to describe the process of communication activities in cyberspace with mainstream digital media as a health information source to fulfill their information needs. Semi-structured and online interviews with relevant mainstream online digital media users as well as important informants, are duly conducted. Results showed that cognitive factors are more significant to describe of a communication activities for seeking health information in cyber space. In this case information about the health care problem by netizen perceived as a form of a very urgent needs while the netizen was having health problems. Credibility is the criteria into consideration for netizen to access online media in order to meet the needs of health information quickly and accurately. Online media that explicitly affiliated with professional organizations such as Ikatan Dokter Indonesia (IDI) by netizen are perceived as a source of health information that has a high level of credibility.

Keywords: Health information, online media, netizen, credibility, interactivity

Abstrak

Orang-orang tertarik mencari informasi kesehatan melalui internet yang dapat diakses setiap orang melalui teknologi informasi seperti smartphone. Mereka akan mencari informasi kesehatan sebagai kepedulian terhadap kesehatannya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis media mainstream digital sebagai sumber informasi yang digunakan untuk kepentingan kesehatan. Pertama, seberapa dalam pengguna memahami media digital untuk memenuhi kebutuhan informasi kesehatannya. Kedua, secara framework dipakai untuk memahami sebagai aktivitas komunikasi dalam memanfaatkan media online. Wawancara semi terstruktur dilakukan untuk mendapatkan informasi yang memadai. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor kognitif yang lebih signifikan untuk menggambarkan aktivitas komunikasi dalam mencari informasi kesehatan. Bentuk informasi kesehatan yang dipersepsikan

netizen merupakan hal yang urgen. Sementara media online yang kredibel manakala netizen dalam mencari informasi kesehatan dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.

Katakunci: Informasi kesehatan, media online, netizen, kredibilitas, interaktif

Pendahuluan

Sekitar tahun 1990-an informasi berbasis *web* mulai merambah masyarakat Indonesia. Saat itu internet mulai dikenal sebagai sumber informasi baru yang lebih kredibel dibandingkan media massa lain yang sifatnya masih konvensional. Meskipun tidak semua situs web bisa dikategorikan sebagai media massa namun produk jurnalistik yang beroperasi dalam ranah online (internet) sejak saat itu telah mengubah pandangan masyarakat mengenai kredibilitas organisasi media konvensional (<http://www.people-press.org>).

Internet menjadi sumber informasi baru karena sifatnya yang *unlimited* baik *content* maupun *space* yang melekat padanya. Setiap informasi pada media *online* akan selalu diperbaharui setiap saat bila diperlukan bahkan mereka mampu mendokumentasikan semua informasi yang siap diakses oleh pengunjung media *online* yang bersangkutan pada waktu kapanpun sepanjang tidak terhalang oleh akses jaringan internet baik yang menggunakan media komunikasi kabel maupun nir kabel seperti sinyal *Wi-Fi*.

Salah satu topik menarik yang dikupas secara detil di media *online* adalah informasi tentang kesehatan termasuk jenis penyakit serta solusi pencegahan dan pengobatannya yang umumnya ditulis oleh para dokter, paramedis atau organisasi yang berkompeten di bidang kesehatan. Tidak sedikit penulis artikel kesehatan di media *online* adalah mereka yang tidak punya pengalaman khusus di bidang jurnalistik secara profesional.

Semata mata mereka mengandalkan pengalaman praktis yang mereka tuangkan dalam media *online* baik dalam bentuk blog, situs *web* yang dikelola perorangan, situs jejaring sosial

seperti *twitter*, *facebook* dan *path* maupun media online *mainstream* seperti portal detikheal, klikdokter, tanyasaja dot kom dan masih banyak lagi situs situs sejenis. Situs yang disebutkan terakhir tersebut berpotensi menjadi sumber informasi utama yang diperlukan masyarakat tentang informasi kesehatan yang kredibel dan relatif lebih gampang diakses oleh siapapun.

Dengan kata lain timbul pertanyaan apakah kehadiran media *online* benar-benar telah mengubah pola distribusi informasi tentang kesehatan dalam konteks produk berita yang lebih mampu memberikan kepuasan masyarakat pengguna internet. Terhadap persoalan tersebut juga dianalisis persoalan penelitian dengan menggunakan pendekatan *uses and gratification* model komunikasi sebagai alat analisisnya. Meskipun pendekatan teoritik tersebut mengandung banyak kelemahan antara lain beberapa asumsi yang melekat pada teori tersebut tidak sepenuhnya terpenuhi, namun demikian pada masa teknologi telematika mengalami perkembangan yang luar biasa seperti sekarang ini, kita perlu memikirkan kembali dan menguji kembali reaktualisasi teori *uses and gratification* melalui pengkayaan penelitian.

Semakin banyak kajian penelitian yang terfokus pada aspek kepuasan penggunaan media massa sebagai sumber informasi, semakin terbuka kesempatan untuk menjawab permasalahan teoritik dari teori *uses and gratification*. Iklim kompetitif media massa semakin terasa dengan kehadiran media *online*, menciptakan persaingan antar media terutama media *online* dalam jumlah dan ragam yang hampir tidak terbatas. Disadari bahwa media *online* yang tetap eksis dan mendapatkan rating pengunjung adalah media *online* yang memiliki kredibilitas tinggi di mata

users.

Media *online* yang tidak memiliki kredibilitas akan tenggelam dan lenyap meskipun dari segi finansial mereka cukup kuat. Beberapa contoh kasus media satu net dot kom, astaga dot kom, berpolitik dot kom, satu wanita dot kom, kafegaul dot kom dan lain lain. Media tersebut pada awalnya hadir atas dasar pertimbangan kejenuhan di pasar media cetak pada awal tahun 1998-an. Mereka melihat media *online* membuka peluang yang menguntungkan dari segi ekonomi karena investasinya dianggap lebih murah dibanding media konvensional. Namun mereka lupa bahwa ada unsur non teknis seperti membangun karakteristik yang tepat sebagai media *online* dan pengembangan jurnalistik *online* yang jauh berbeda dengan media konvensional. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, dalam pandangan Tuchman (1978) menyebutkan bahwa apakah sesuatu menjadi berita atau bukan semuanya tergantung pada kapasitas jaringan pemberitaan masing masing perusahaan media *online*.

Tulisan ini akan menganalisis fenomena penggunaan media online dengan fokus kajian pada kredibilitas media online untuk memenuhi kebutuhan informasi kesehatan bagi masyarakat pengguna internet, sekaligus untuk menjawab persoalan teoritik tentang reaktualisasi *uses and gratification model of communications*. Teori ini tumbuh dan berkembang pada tahun 1940-an dan 1950-an, di mana pertumbuhan jenis dan ragam media massa tidak sepesat saat ini. Waktu itu media massa identik dengan media konvensional sedangkan media kontemporer yang berbasis teknologi telematika belum dikenal.

Pencarian informasi kesehatan pada umumnya dilakukan melalui *search engine* seperti google, altavista, lycos dan sebagainya. Cara ini ditempuh jika mereka belum memiliki preferensi yang cukup tentang sumber-sumber informasi seputar kesehatan. Pemanfaatan *search engine* akan langsung menghadirkan sekian banyak alternatif tentang situs yang dimaksudkan. Penggunaan *search engine* menuntut pengunjung situs *web* (user) untuk pandai pandai memilah

antara situs yang memiliki kredibilitas tinggi dengan situs *web* yang berisi sampah seperti situs *web* yang berisi pornografi yang menggunakan nama menyerupai istilah kesehatan.

Pada kenyataannya saat ini situs *web* sudah menjadi pilihan utama sebagai sumber informasi yang mudah dan murah. Seperti data yang ditunjukkan oleh Pew Internet & American Life Project (2002), 80% masyarakat Amerika mencari informasi tentang kesehatan dengan mengakses internet secara *online*. Guna melayani kebutuhan para mencari informasi kesehatan di internet, terdapat kurang lebih 17.000 situs internet tentang kesehatan. Misalnya jika kita menggunakan mesin pencari Google dan mengetiknya kata kunci kanker (*cancer*) maka akan muncul sekitar 12.700.000 artikel yang muncul, contoh ini terjadi pada saat mengakses google pada tanggal 28 Oktober 2002 (Susannah; 2011).

Lembaga pemerintah seperti departemen kesehatan adalah sebagai pelopor yang mengawali sosialisasi terhadap masalah kesehatan melalui media *online* di internet yang kemudian diikuti oleh beberapa institusi pendidikan seperti Fakultas Kedokteran UI, IDI dan sebagainya. Dengan kapasitas finansial yang lebih mendukung termasuk sumber daya manusianya, institusi pemerintah berperan penting sebagai pelopor penyebaran informasi kesehatan via *website* yang sebelumnya informasi tersebut dipublikasikan melalui media konvensional. Di antara portal *Web* milik pemerintah yang relatif selalu diupdate antara lain depkes go id, FKUI co id, IDI dot com dan sebagainya.

Portal *web* yang dikelola institusi pemerintah menyediakan features Jurnal ilmu pengetahuan dan kesehatan merupakan satu dari sekian banyak jenis sumber informasi kesehatan yang paling sering diakses oleh pengguna internet. Wehrwein (1998) mengatakan, *the News England Journal of Medicare* telah menjadi topik pemberitaan terbesar bagi informasi kesehatan di Amerika dan menghiasi ruang pemberitaan di sana. Begitu juga jurnal ilmu pengetahuan kesehatan lainnya seperti *The Journal of American Medical Association* (JAMA dot com),

The Lancet, *Science*, and *Nature* juga telah memberikan peran yang besar sebagai sumber informasi kesehatan yang otoritatif dan kredibel dikarenakan standar isi materi pemberitaan dan selektifitas artikel didasarkan pada sistem tinjauan redaksional yang ketat yang mereka terapkan.

Kehadiran media online bukan sekedar pemikat media konvensional untuk beralih ke situs online atau sekedar membuka outlet di internet dengan maksud untuk melayani kebutuhan pengunjung internet setiap saat. Dua karakteristik penting yang tidak dijumpai pada media tradisional adalah sifat *unlimited space / content* maupun sifat interaktif kepada pengguna internet. *Unlimited space / content* adalah sifat unik yang dimiliki media online.

Media *online* tidak mengenal istilah penerbitan harian, bulanan atau mingguan. Media *online* akan memperbarui isi pemberitaannya kapanpun diperlukan. Bahkan secara reguler mereka akan mengupdate pemberitaannya rata rata setiap 1 jam itupun jika tidak ada *breaking news* yang dianggap sangat penting.

Cyberspace menjalankan fungsi jurnalisme secara kontinu terus menerus secara lebih mendalam dan tajam (Stepp, 2000). Seorang redaktur *The Lancet*, John Mc Connell (2000) mengatakan, sekian banyak pengunjung situs BBC telah tertarik mengakses *The Lancet* dikarenakan pemberitaan situs BBC telah membuat hiperlink terhadap jurnal kesehatan.

Mc Connell menggaris bawahi bahwa kecenderungan menempatkan informasi penting di situs pemberitaan umum atau seperti portal Yahoo telah membimbing orang untuk mengakses situs khusus untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam. Di masa lalu untuk mendapatkan informasi aktual, dan sumber sumber informasi terbaru, pembaca akan pergi ke perpustakaan. Namun di era digital seperti sekarang ini orang dengan cepat dan praktis akan mengakses situs *web* untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Situs *web* bisa dianggap sebagai sebuah perpustakaan besar yang berada dalam genggaman

tangan pengunjung internet. Keunikan kedua dari karakteristik media online adalah *interactivity*. Hariss (1995) mengatakan bahwa komputerisasi dan media digital dapat mencerdaskan manusia. Media yang tidak hanya memberi warna pada pengunjungnya, tetapi berinteraksi dengan mereka. Sifat interaktif media dapat melayani sebagai penyedia informasi, sumber informasi yang tepat dengan informasi pengunjung media digital melalui sebuah jaringan pengguna internet itu sendiri.

Peter Aldhous (2001) editor berita *Nature*, berpendapat, keunggulan khas dari internet adalah kecanggihan yang sangat spesifik yang dibutuhkan setiap individu. Sebagai contoh, sebagian isi *Nature online* adalah mengenai pencarian pekerjaan. Jika seseorang menemukan pekerjaan dengan membaca advertising (iklan) membutuhkan waktu cukup lama, namun sekarang dapat dilakukan secara cepat.

Terkait dengan informasi kesehatan lebih khusus lagi Jude Doherty (2000) produser eksekutif Washingtonpost dot com menekankan aspek interaktif ini sebagai mana Washingtonpost bekerja sama dengan MSNBC menambah menu video klip pada artikel Washingtonpost pada saat diperlukan. Eve-Marie Lacroix (2000) ketua divisi pelayanan publik pada *National Library of Science* juga mengatakan bahwa MEDLINEplus menambahkan gambar setiap jenis ilustrasi pada aspek yang berbeda dari kanker dan penyakit lain sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang informasi tersebut.

Pola perilaku masyarakat dalam kapasitasnya sebagai komunikan pada proses komunikasi massa banyak disoroti dengan pendekatan teori *Uses and Gratifications model of communication*. Teori yang dikembangkan oleh Elihu Katz tahun 1959 ini memberikan jawaban atas persoalan apa yang dilakukan masyarakat terhadap eksistensi media masa dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Kekhawatiran tersebut cukup beralasan mengingat awal periode kehadiran media *online* format dan konten media *online* tidak jauh berbeda dengan format dan konten media cetak.

Hal yang membedakan antara keduanya seolah-olah hanya pada masalah teknis mengaksesnya. Namun demikian, lambat laun media *online* mulai menemukan format dan konten yang sesuai dengan karakteristiknya. Pendekatan teori konvergensi memperkuat fakta bahwa kehadiran media *online* merupakan pelengkap dari media konvensional. Media *online* menyatukan beragam media konvensional dalam satu wadah yang berbasis teknologi komputer dan telekomunikasi yang semuanya dapat diakses melalui satu alat baik itu personal komputer maupun *gadget* atau *smart phone* yang diasumsikan perangkat tersebut terhubung dengan jaringan internet (*online*). Jadi menurut Katz, yang menjadi persoalan utama penelitian komunikasi pada massa itu bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media massa memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak (Effendi;1993).

Metode Penelitian

Sebagai penelitian kualitatif terpancang, maka sejak awal fokus penelitian sudah diarahkan pada pengembangan konsep tentang terpaan media *online*, perilaku pencarian informasi di media *online*, dan tingkat kepuasan menggunakan media *online* yang menjadi pilihan para pengunjung internet (*users*). Penelitian terarah berdasarkan karakteristik penelitian kualitatif yang lentur dan terbuka dengan proses analisis bersifat induktif, rumusan masalah penelitian tetap dijadikan acuan utama dalam mengumpulkan data dan analisis hasil penelitian.

Pertanyaan penelitian sebagai salah satu alat pengumpul data primer tetap berpegang pada pertanyaan bagaimana dan mengapa sesuatu bisa terjadi yang pada dasarnya mengarah pada bentuk sajian yang lengkap mengenai proses hubungan kausal, dalam hal ini hubungan kausal antara konsep yang diteliti yaitu terpaan media digital, pola pencarian informasi di portal *web* dan kepuasan penggunaan media *online* (Sutopo; 2006).

Data primer diperoleh dari pengunjung situs *web* yang berkonten *e-health*. Karena penelitian

dilakukan pada *Cyberspace* maka populasi tidak terikat pada letak geografis melainkan populasi pada situs *web*, termasuk pengguna situs jejaring sosial dan pengguna *blog* yang aktif mengakses informasi *e-health*. Populasi yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah para *netizen*. Sampel yang dimaksudkan di sini adalah *user* (pengunjung media *online*) yang berperan sebagai informan dan dipandang mampu serta kooperatif memberikan informasi tentang data penelitian yang dibutuhkan. Jumlah informan terpilih didasarkan pada teknik *criterion-based selection* (Sutopo;2006).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap informan baik dilakukan secara *on line* melalui mesin *messenger* seperti *Yahoo messenger*, *Window messenger*, *skype*, *Facebook Messenger* dan sebagainya atau melalui *private meesage* dalam situs jejaring sosial seperti *twitter*, *facebook*, *tagged* dan sebagainya maupun wawancara mendalam secara *offline*.

Mengacu pada sintesis definitif pengertian data yang disusun Afufuddin, analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data (Afufuddin; 2009). Usaha analisis yang telah dilakukan berbulan-bulan membuahkan hasil dan berjalan lancar dengan adanya memo, diagram oerasi dan integratif, serta penelusuran hubungan antara inti dan subkategori, disamping diskripsi naratif analisis secara menyeluruh (Corbin; 2003).

Membuat kesimpulan dalam penelitian kualitatif bukan sekedar menyajikan hasil analisis fragmentarik, melainkan menyajikan sesuatu yang dapat menjadi bagian penting dari suatu konstruksi lebih besar, yang mengarah pada usaha membangun tesis baru atau lebih jauh lagi membangun teori baru (Muhadjir; 2002). Merujuk pada proses analisis interaktif dari Huberman, setiap tahap proses pengumpulan data selesai dilakukan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan maka langsung dilakukan

analisis dalam tiga siklus yang saling terkait yaitu display data, kondensasi data dan gambaran untuk keperluan verifikasi kesimpulan (Huberman; 2014).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perkembangan teknologi telematika bukan sekedar berimbas pada perkembangan teknis media komunikasi massa tetapi juga berimbas pada perkembangan jurnalisme online dengan karakter yang khas. Satu kesamaan karakteristik yang paling menonjol dari beragam media *online* adalah sifat kecepatan arus informasi untuk sampai ke khalayak. Namun, dibalik keunggulannya media *online* bukan berarti perkembangannya tanpa mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun non teknis. Hambatan non teknis lebih mengarah pada aspek budaya seperti tingkat melek teknologi telematika, sehingga adopsi teknologi telematika hanya bisa berjalan dengan asumsi masyarakat tidak buta terhadap teknologi komunikasi digital. Sebagai gambaran di Indonesia sebagian besar masyarakat (40%) mengakses internet dari kantor, 31% mengakses internet dari rumah, 24% mengakses internet dari cafe dan 5% mengakses internet dari tempat lain di luar yang sudah disebutkan sebelumnya (Noegroho; 2010).

Terkait dengan isi pesan media *online*, penelitian ini terfokus pada konten yang menyangkut permasalahan kesehatan dari tiga *mainstream* media *online* dan hasil penelitian hanya menganalisa ketiga media tersebut sebagai sampelnya yaitu detikhealth, tanyasaja dan klikdokter. Detikhealth dan tanyasaja dot kom merupakan media digital yang berafilias dengan *mainstream* media detik.com

Sementara itu media *online* klikdokter dot kom merupakan media *online* yang terfokus pada bidang kesehatan, merupakan *mainstream* media *online* yang secara finansial didukung oleh lembaga profit dan lembaga publik seperti departemen kesehatan, Ikatan Dokter Indonesia (IDI), Fakultas Kedokteran UI dan sebagainya.

Tanyasaja.com adalah salah satu media *online* pemberitaan cenderung menggunakan

bentuk dialog atau tanya jawab di antara para pengunjunnya. Portal web ini cukup populer di kalangan *netizen* terbukti dalam kurun waktu dua tahun sudah mampu meraup ratusan ribu pengunjung aktif (Jauhari; 2010). Namun sayangnya media *online* yang berafilias dengan portal berita detik.com tersebut tidak berumur panjang, hanya berusia kurang lebih dua tahun.

Di Indonesia media massa yang keluar masuk ke ranah internet merupakan hal yang biasa. Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, saat ini terdapat lebih dari lima ratus media *online* di Indonesia yang gulung tikar. Ditutupnya media *online* Tanyasaja dot kom memperkuat bukti bahwa faktor finansial bukanlah faktor penyebab utama kebangkrutan media *online* di Indonesia. Terhadap fenomena yang terjadi pada portal Tanyasaja, beragam tanggapan muncul dari kalangan pengunjung situs tersebut. Sebagian besar pengguna mengekspresikan kekecewaannya melalui beberapa komentar. Zikey Nova misalnya memberikan komentar melalui blog Nurudin. jauhari.net yang mengungkapkan persaannya bahwa kita tidak perlu menyesali penutupan Tanyasaja dot kom, karena menurut Nova (27 Nopember 2010 pada pukul 15.35 WIB) kemungkinan sedang terjadi permasalahan internal di tingkat manajemen sehingga situs tersebut harus bubar.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh para pengelola portal media *online* untuk menjaga eksistensi media mereka akan mendapat sambutan positif bagi pengguna internet yang membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka sebagai anggota komunitas di dunia maya atau ruang *cyber*. Mekanisme terjadinya media exposure pada diri pengguna internet dilakukan dengan sengaja melalui *searching* dan *browsing* maupun media *expose* yang terjadi secara tidak sengaja yaitu pada saat *users* sedang mengakses situs tertentu dan mereka menjumpai link berita maupun *link adress* dari situs tertentu yang bisa dijumpai di laman *main stream* media maupun jejaring sosial media seperti *facebook*, *path*, *instagram* dan

sejenisnya.

Terminologi pengguna internet sering diistilahkan dengan *netizen* yaitu masyarakat baik individu maupun komunitas yang terbiasa mengakses internet sebagai bentuk kebutuhan, dari segi minat dan perhatian mereka terhadap bentuk dan konten tertentu dari media *online*, pada penelitian ini, peneliti memilah menjadi dua kelompok yaitu kelompok masyarakat atau individu yang relatif mengakses media *online* tertentu secara rutin atau pengunjung tetap dari media *online* tertentu dan kelompok masyarakat atau individu yang tidak terpancang pada media tertentu untuk mengakses informasi kesehatan. Kelompok yang disebutkan terakhir tersebut dalam mengakses internet cenderung melakukan aktifitas *browsing* sehingga hampir dapat dipastikan jika informasi yang mereka akses dari media *online* mereka temukan dengan ketidak sengajaan.

Sejalan dengan fenomena maraknya penggunaan internet, pengunjung situs media *online* yang berkonten kesehatan secara kuantitatif juga mengalami peningkatan yang signifikan dan dari penggalan data pada penelitian ini diperoleh beberapa alasan yaitu pengunjung mencari informasi kesehatan di media *online* sebagai mana media tersebut mendesain pengunjungnya untuk berpartisipasi secara langsung dalam masalah pembangunan pemeliharaan kesehatan masyarakat (public health care) atau kebijakan media *online* yang memang berorientasi kepada kesehatan pengunjung situs.

Pertumbuhan pengakses informasi kesehatan pada media *online* secara langsung akan mengurangi beban dokter dan para medis yang berkewajiban melayani masyarakat. Hal ini berarti akan mengurangi beban kerja dokter dan paramedis dan tentu saja efisiensi waktu dan biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan pelayanan informasi kesehatan. Bagi konsumen, ada manfaat dan keuntungan tertentu dengan mencari informasi kesehatan melalui media *online* yaitu pada diri konsumen tertanam sikap kemandirian untuk perawatan diri dan pencegahan terhadap kerentanan dari

persoalan kesehatan..

Lonjakan jumlah pengakses media *online*, menimbulkan pertanyaan tentang tujuan mereka mengakses informasi kesehatan melalui media *online*. Bahkan beberapa situs media *online* yang terkait konten kesehatan menyediakan fitur-fitur olah raga, gaya hidup, obat, sex dan lain lain sebagaimana segmentasi pengunjung yang menjadi target utama dari media tersebut. Adapun para pengunjung situs, mengakses informasi kesehatan dari media *online* dengan tiga cara yang berbeda yaitu langsung mencari informasi yang dibutuhkan di situs web, berpartisipasi dalam kelompok komunitas yang peduli terhadap masalah kesehatan masyarakat, atau berkonsultasi dengan pakar kesehatan melalui rubrik yang disediakan oleh media *online* yang mereka kunjungi.

Netizen mengakses informasi kesehatan secara *online* dengan cara menjelajahi situs web melalui mesin pencari informasi internet (*search enginer*). Teknis pencarian informasi seperti ini biasanya dilakukan para netizen yang belum familier dengan media *online* yang memuat informasi tertentu yang lebih spesifik.

Hasilnya adalah keragaman informasi yang ditemukan dalam jumlah dan kapasitas yang cukup besar yang bisa saja justru membingungkan mereka sendiri. Pencarian yang dilakukan dengan bantuan mesin pencari akan menghasilkan jenis informasi yang kurang berkualitas yaitu informasi yang dapat dikategorikan *spam* sampai informasi yang bernilai dan berdaya guna tinggi. Lain halnya dengan netizen yang telah menjadi pengunjung tetap media *online*, mereka dapat mengakses informasi kesehatan secara *online* langsung dari sumber yang kredibel, ilmiah, yang bersifat kelembagaan bisa dipertanggungjawabkan dari aspek legalitasnya maupun aspek keilmuannya.

Dari media *online* pada umumnya pengunjung akan mencari informasi tentang kesehatan maupun tentang masalah penyakit yang berkaitan dengan diri mereka sendiri sebagai referensi sebelum mereka berkonsultasi dengan dokter atau paramedis. Kadang kala

costumer juga mencari informasi kesehatan untuk kepentingan orang lain seperti teman atau saudara mereka yang secara kebetulan menghadapi masalah gangguan kesehatan.

Para pengunjung (*users*) sering kali mengakses informasi dari media *online* karena didorong oleh diagnosis gangguan kesehatan maupun keinginan mencari informasi pengobatan tentang gangguan kesehatan yang sedang dialaminya. Bahkan dari nara sumber penelitian yang dilakukan ini, pada umumnya para pengunjung media *online* mencari informasi kesehatan sebagai bahan informatif yang berkaitan dengan gangguan kesehatan mereka.

Pada gilirannya, informasi yang ditemukan di media *online* digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil sikap dan upaya medis di mana informasi tersebut dianggap membantu mereka dalam hal menangani perawatan kesehatan mereka sendiri. Informasi kesehatan yang lebih spesifik lagi yang mereka cari adalah informasi yang berkaitan dengan masalah penyakit menular; kanker termasuk gangguan kesehatan reproduksi, maupun kesehatan ibu dan anak-anak merupakan jenis tema informasi yang sering dikunjungi para *netizen*.

Informasi lain yang cukup berguna bagi para *netizen* adalah informasi yang berkaitan dengan pelayanan kesehatan seperti rumah sakit, puskesmas, klinik kesehatan dan sebagainya. Dari ragam informasi yang disajikan media *online*, para *costumer* bisa menilai bagaimana kinerja berbagai lembaga pelayanan kesehatan masyarakat termasuk besarnya biaya yang dibebankan pasien jika para *netizen* ingin mendapatkan pelayanan kesehatan secara langsung dari lembaga kesehatan tersebut.

Begitu pula dengan profesionalisme pengelolaan masalah kesehatan masyarakat yang dilakukan oleh lembaga profesional akan menjadi menu utama para *netizen*. Informasi yang diakses para *netizen* akan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan mereka jika suatu saat mereka harus memilih lembaga penyedia layanan kesehatan dalam posisi mereka sebagai

calon pasien lembaga pelayanan tersebut.

Semua informan yang bertindak sebagai pencari informasi kesehatan pada situs pemberitaan media *online*, adalah bagian dari komunitas di jejaring sosial meskipun tidak semua terikat oleh komunitas yang berdasarkan kesamaan kepentingan dalam hal pencarian informasi kesehatan. Dari sini pula terungkap alasan tentang ketertarikan informan untuk menjadi salah satu anggota atau lebih dari satu kelompok komunitas baik sosial group yang *online* maupun *offline*. Pola pencarian informasi kesehatan di media *online* yang dilakukan *netizen* terutama untuk meningkatkan kualitas informasinya, ditempuh dengan menjalin komunikasi interaktif dengan nara sumber profesional yang disediakan oleh media *online*. Untuk meningkatkan kredibilitas media *online* yang bersangkutan pihak redaksi menyediakan dokter spesialis yang menangani rubrik konsultasi atau mengisi artikel secara kontinyu. Bahkan kebanyakan *mainstream* media *online* menyediakan layanan kesehatan dimana pengunjung media tersebut bisa berkonsultasi secara *online* melalui mesin *mesanger* maupun layanan konsultatif via e-mail. Data penelitian yang digali dari wawancara dengan informan penelitian ini mengungkapkan hampir semuanya mengikuti aktivitas komunikasi antara pengunjung media *online* dengan dokter yang mengasuh rubrik layanan kesehatan. Namun demikian tidak semua informan penelitian mengaku aktif melakukan aktifitas komunikasi konsultatif dengan dokter karena mereka merasa dengan membaca email dari pengunjung lain serta mengikuti perkembangan informatif dari dokter tersebut, mereka merasa semua informasi sudah mewakili permasalahan kesehatan yang sedang mereka hadapi.

Netizen juga tidak yakin jika mengajukan sebuah pertanyaan pada sebuah rubrik media *online* akan langsung mendapat tanggapan dari dokter terlebih lagi jika permasalahan serupa pernah ditayangkan dan dibahas pada kurun waktu sebelumnya. Namun *netizen* yakin pertanyaan informatif yang pernah dikirim

kepada rubrik media *online* besar kemungkinan akan ditanggapi oleh sesama netizen yang sedang mengakses informasi yang sama.

Pengakses media *online* merasakan manfaat yang besar atas informasi kesehatan yang disajikan *mainstream* media *online*. Berdasarkan testimoni mereka paling tidak, media *online* sangat berpotensi mendatangkan kepuasan (*gratifications*) bagi customer yang bisa diindikasikan dari beberapa fenomena menarik yaitu *netizen* mendapat kepuasan atas kebebasan akses informasi kesehatan, kepuasan dari pola komunikasi interaktif antara netizen dengan nara sumber yang proposional, puas atas informasi yang berhasil diakses adalah informasi yang sesuai dengan kebutuhan netizen, kepuasan atas fasilitasi media *online* untuk menjalin komunikasi interaktif dan komunikasi lebih intensi dalam jaringan komunitas sosial, serta kepuasan netizen dari sifat anonimitas yang merupakan jaminan atas privasi masing-masing pencari informasi kesehatan di belantara *virtual world*.

Perkembangan luar biasa dari jumlah pengakses informasi kesehatan pada media *online* seakan akan memberikan gambaran kesempatan yang tidak terbatas untuk menyebarkan informasi, menawarkan proses pembelajaran antara pasien (*netizen*) dengan nara sumber profesional. Interaksi antara *netizen* sebagai pasien dan nara sumber profesional (dokter) berjalan dalam kesetaraan peran para proses komunikasi yang lebih bebas dan seimbang tidak seperti halnya yang terjadi pada proses pencarian informasi di media konvensional.

Aktifitas partisipan komunikasi pada media *online* lebih mengedepankan aspek transaksional daripada proses komunikasi yang berlangsung linear. Interaktivitas terjadi dari indikasi banyaknya pilihan *netizen* yang bergabung dengan obrolan (*chatting*) di media *online* dan kita akan kesulitan membedakan mana yang bertindak sebagai komunikator mana yang bertindak sebagai komunikan. Relatif tidak ada dominasi komunikasi antara sumber dengan komunikan, semua pihak bersikap responsif

suatu karakteristik yang juga melekat pada *face to face communication*.

Komunikasi interaktif mengenai masalah kesehatan di media *online* lebih membuka peluang untuk mengkondisikan pesan-pesan ke dalam beragam format yang lebih bersifat individual dan lebih familier dengan pola komunikasi yang cocok dengan komunitasnya. Netizen dapat memilih situs media *online* berikut *link* dan pesan tertentu yang dikehendaknya berdasarkan pengetahuan, pendidikan atau tingkat bahasa, sesuai kebutuhan dan preferensi bentuk dan gaya, dengan biaya yang relatif murah dibandingkan cara-cara pencarian informasi kesehatan pada media konvensional. Kepuasan netizen jelas terasa dari aspek biaya dan manfaat yang mereka rasakan dalam proses pencarian informasi kesehatan di dunia maya (*virtual world*).

Satu hal lain dari aspek kepuasan psikis, netizen merasakan adanya jaminan perlindungan privasi dari aktifitas komunikasi di media *online*. Komunikasi yang menyangkut masalah informasi kesehatan sering kali bersifat sensitif dan terkait dengan kehidupan yang bersifat pribadi dan dirasakan tidak layak untuk diketahui orang lain. Walaupun permasalahan yang menyangkut kesehatan perlu dikomunikasikan dengan orang lain dalam rangka untuk menemukan solusi yang paling bijaksana, pilihan terbaik adalah melalui komunikasi interaktif tatap muka, dan pilihan ini terakomodasi dalam media *online* dengan karakteristik anonimitasnya.

Netizen dapat mengakses informasi mengenai topik-topik yang sensitif, dapat berinteraksi tanpa perlu mengungkapkan jati diri masing-masing dan tanpa mengurasi keakrapan antara pengunjung situs dengan nara sumber informasi. Setiap orang yang mengalami hambatan berkomunikasi tatap muka, dapat memanfaatkan media *online* sebagai alternatifnya dalam menjalin komunikasi interaktif tentang masalah kesehatan yang bersifat pribadi.

Membanjirnya isi pesan media online yang sudah masuk kategori *overload of information* di jagat maya, seakan memanjakan para

pengakses dengan informasi yang berlimpah dan mudah ditemukan termasuk jenis informasi yang sebenarnya tidak dikehendaki para pengakses, semisal *spam*, pesan *advertising* dan pornografi akan muncul dengan sendirinya. Sebaliknya situs internet juga menyediakan layanan informasi yang sangat bernilai bagi para pengunjung situs. Fenomena seperti ini yang perlu disadari bagi siapapun yang mengakses informasi *online* sehingga bisa mengambil tindakan yang bijaksana dalam mensikapi luberan informasi di dunia maya, dari informasi yang sering dipandang sebagai sampah (*spam*) sampai informasi yang bernilai emas. Berangkat dari titik pandang seperti ini, dapat disimpulkan bahwa situs internet yang dapat dikategorikan sebagai media massa online hanyalah situs web yang memenuhi kriteria jurnalisme yaitu media massa *online* atau disingkat dengan istilah media *online*. Kriteria jurnalistik yang melekat pada media online itu pula yang mengantarkan media *online* memiliki kredibilitas yang lebih tinggi dibandingkan situs web pada umumnya karena media *online* seperti ini memiliki struktur organisasi yang jelas dan legalitas aktifitas jurnalistik di bawah pengawasan standar kualitas yang terjamin misalnya dengan kriteria kepemilikan ISSN atau ISBN bahkan media *online* yang sudah terindeks oleh lembaga pengindeks jurnal internasional yang sangat *credible*. Pada akhirnya *users* atau komunitas ilmiah yang akan menilai sejauh mana suatu media *online* dianggap *credible* untuk memenuhi tuntutan kebutuhan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan.

Media *online* merupakan situs web yang memiliki kredibilitas dalam menyampaikan pesan informatif, edukatif untuk memenuhi kebutuhannya *users*. Di balik kredibilitas media *online* sering kali mengundang pertanyaan mengenai kredibilitas isi pesan yang terkandung di dalamnya. Kredibilitas isi pesan sering kali dikaitkan dengan lembaga pengelola media *online* yang bersangkutan maupun kredibilitas yang menyangkut rekam jejak (*track record*) personil yang menangani redaksional. Oleh karena itu pada umumnya kita sering menjumpai

bagaimana media *online* yang berkonten informasi kesehatan berlomba – lomba merekrut pakar kesehatan seperti dokter spesialis sebagai nara sumber untuk membina rubrik kesehatan pada fitur media *online*. Beberapa netizen yang pernah mengakses informasi kesehatan dari media *online* memetik manfaat atas penggunaan informasi kesehatan yang *credible* dari beberapa aspek yaitu kualitas informasi yang memenuhi karakteristik standar kualitas informasi kesehatan yang adaptatif terhadap target pengunjung situs, kredibilitas, kewenangan dan kepercayaan nara sumber yang mempublikasi informasi kesehatan tersebut.

Informasi yang tendensius dan terselubung seperti pesan periklanan atau pesan sponsorship, tidak luput dari penilaian netizen. Netizen mensikapinya dengan beragam pendapat. Sebagian netizen merasa terganggu karena merasa pesan tersebut berdampak pada distorsi kualitas pesan informatif kesehatan. Sebagian netizen yang lain memaklumi adanya jenis iklan terselubung dan tidak merasa terganggu dengan jenis informasi periklanan tersebut. Sebagian netizen juga berpendapat bahwa pesan sponsorship tidak akan mengurangi kualitas isi informasi kesehatan media *online* sepanjang pengunjung media *online* mampu memilah dan bersikap kritis terhadap isi pesan media *online*. Terlebih lagi jika informasi kesehatan tersebut secara terang terangan oleh media *online* dikategorikan sebagai informasi *advertorial* yang memberikan kebebasan kepada pengakses untuk menutup atau melanjutkan membaca (jika pesan dikemas dalam format teks) informasi tersebut.

Media *online* yang diangkat sebagai obyek penelitian ini adalah jenis *mainstream* media *online* yang bersifat open acces. Eksistensi media *online* tersebut operasionalnya ditunjang oleh kontribusi finansial dari sponsorship. Oleh karena itu jika diruntut informasi kesehatan yang ditayangkan oleh *mainstream* media *online* berasal dari dua bersumber yaitu informasi sponsorship dan sumber dari informasi khusus tentang kesehatan. Netizen beranggapan informasi kesehatan media *online* memiliki kredibilitas

sepanjang sumber informasinya merujuk pada jurnal, merujuk pada pakar atau akademisi, merujuk pada lembaga penelitian ilmiah, perpustakaan, lembaga resmi pemerintah maupun organisasi profesi bidang kesehatan. Namun demikian tetap saja netizen tidak bisa menghindar dari paparan informasi kesehatan yang dijumpai pada media *online* yang didalamnya terselubung pesan-pesan periklanan namun dipandang cukup *credible*. Pesan informatif jenis ini biasanya berasal dari lembaga penyandang dana media *online* (sponsor), lembaga atau komunitas perlindungan konsumen, serta lembaga relawan penyedia layanan kesehatan.

Bagi sebagian *users* media *online* faktor kredibilitas akan digunakan sebagai pertimbangan utama dalam mengakses informasi *online* yang menjadi pilihannya. Kredibilitas menyangkut masalah penilaian netizen terhadap sumber informasi kesehatan, kepercayaan akan isi informasi yang tercermin dari pandangan netizen tentang sejauh mana informasi kesehatan media *online* tersebut bisa dipercaya dan sejauh mana nilai kebenaran informasi kesehatan media *online* bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Unsur kredibilitas pada dasarnya menyangkut aspek siapa yang berwenang mengupas informasi kesehatan dan siapa yang dipandang lebih bisa dipercaya dalam mengupas informasi tersebut secara panjang lebar.

Aspek kewenangan mengupas informasi kesehatan di media *online* menyangkut masalah kompetensi dan kepakaran narasumber. Kompetensi dan kepakaran meliputi penilaian netizen terhadap sejauh mana kemampuan dan keahlian narasumber dalam memecahkan setiap persoalan kesehatan yang menjadi *trending topic* media *online*. Netizen merasakan kredibilitas informasi kesehatan dari media *online* sejauh mana informasi kesehatan tersebut terbukti secara empiris dan didukung oleh pendapat dari para pakar kesehatan yang berasal dari *mainstream* media *online* lainnya. Pada umumnya netizen memiliki persepsi bahwa pihak yang paling berwenang mengupas informasi kesehatan adalah dokter dan para medis serta

lembaga profesional penyedia layanan kesehatan seperti rumah sakit dan pemerhati masalah kesehatan dari kalangan akademisi perguruan tinggi termasuk lembaga research bidang kesehatan. Bahkan netizen mengakui informasi kesehatan yang dirilis oleh lembaga penelitian dari kalangan perguruan tinggi cenderung lebih kredibel dibandingkan informasi kesehatan dari sumber lain.

Media *online* yang kredibel dengan jelas akan mencantumkan jatidiri penulis artikel maupun narasumber informasinya. Untuk menjaga kredibilitas, situs media *online* pasti akan memberikan gambaran yang jelas tentang keabsahan kompetensi kepakarannya serta organisasi profesi yang menaungi nara sumber tersebut. Keterikatan narasumber pada organisasi profesi sekaligus menjamin adanya pengawasan atas etika dan pertanggung jawaban profesi yang diembannya.

Unsur lain yang menentukan tingkat kredibilitas adalah tingkat kepercayaan informasi yang dipublikasikan dibawah naungan media *online* di mata netizen. Kepercayaan merujuk pada penilaian netizen terhadap karakter atau integritas narasumber informasi media *online*. Masalah ini menyangkut bagaimana penilaian netizen terhadap kejujuran dokter dan pakar kesehatan dalam menginformasikan segala aspek terkait perawatan kesehatan dengan segala konsekuensinya. Beberapa hal yang biasanya digunakan netizen untuk menilai tingkat kepercayaan narasumber informasi kesehatan media *online* adalah sejauh mana narasumber berani mengungkapkan segala hal yang menyangkut isu kesehatan secara gamblang. Sejahter mana narasumber berani memberikan peringatan kepada netizen akan dampak negatif yang mungkin akan dialami oleh netizen.

Bukti adanya penilaian netizen atas kepercayaan informasi kesehatan dari situs media *online* juga terungkap dari bagaimana netizen menilai sejauh mana transparansi media *online* berhasil mengungkapkan adanya potensi benturan kepentingan antara keberpihakan terhadap situs *web* pihak sponsor

yang memberikan kontribusi besar pada aspek finansial media digital dengan tuntutan redaksi untuk memenuhi kebutuhan atau kepentingan nettisen sebagai pengunjung atau pengakses informasi media *online*. Benturan kepentingan ke dua pihak tersebut tidak bisa dihindari mengingat ketergantungan finansial media *online* terhadap pihak sponsor sedemikian besar dan pada sisi lain preferensi teoritik kebijakan redaksional media *online* harus mengutamakan kepentingan netizen karena bagaimanapun juga aspek kualitas, obyektifitas dan independensi redaksi media *online* merupakan investasi untuk membangun eksistensi media *online* dan untuk menjaga kontinuitas publikasi informasi di masa mendatang.

Redaksi media *online* yang bertanggungjawab dan berpihak kepada netizen pengunjung situs web, senantiasa akan memberikan sinyal peringatan kepada pengunjung akan resiko yang muncul dari akses informasi media *online*. Sebagai contoh media *online* detikhealth dot kom selalu memunculkan peringatan kepada pengunjung tentang konten informasi yang hanya layak dikonsumsi oleh orang dewasa. Pada sinyal peringatan seperti ini, pihak redaksi media *online* akan memberikan opsi kepada pengunjung situs untuk melanjutkan akses informasi atau meninggalkan situs tersebut. Sebaliknya netizen tidak akan respek kepada informasi bersifat bombastis, pesan *hiperball*, pada media *online* seperti kecenderungan iklan obat-obatan yang terang-terangan menjajikan penyembuhan secara instan, iklan obat yang mengklaim mampu menyembuhkan bermacam macam penyakit, iklan produk multi guna namun tidak merinci bagaimana mekanisme kerja produk tersebut bahkan sering kali tidak mencantumkan komposisi kandungan bahan yang diiklankan.

Satu aspek lain bagaimana netizen menaruh kepercayaan padanarasumberinformasikesehatan media *online* adalah aspek sanggahan dari pihak media *online* terkait segala hal yang berkenaan dengan pelanggaran norma dan etika pemberitaan media *online*. Sanggahan terhadap konten media *online* tentunya dapat mengungkapkan

perspektif media *online* yang bersangkutan dalam mensikapi perbedaan pendapat. Umumnya informasi pemberitaan yang berupa sanggahan sebagai wujud peringatan bagi nettizen tersebut agar selalu berhati-hati dan berupaya mengkritisi informasi kesehatan yang telah ditayangkan media *online* sekaligus bertujuan agar media *online* tidak melakukan kesalahan yang sama di masa mendatang. Peringatan semacam itu dapat diartikan juga berupa ajakan kepada netizen lain untuk meninggalkan situs web yang sering kali melakukan kesalahan dalam menayangkan informasi kesehatan.

Kecenderungan perilaku penggunaan media massa dari waktu ke waktu mengalami pergeseran, akses ke media massa bukan lagi atas pertimbangan utilitas dan pemenuhan kebutuhan informasi saja tetapi juga karena tumbuhnya budaya baru dalam menggunakan media massa di ruang cyber. Dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis komputer (termasuk *smartphone*) dan jaringan Internet serta aplikasi program yang mendukungnya, media massa konvensional melakukan metamorfosis ke dalam ruang *cyber* yang menyatu dengan media sosial. Media *online* telah menjadi bagian dari gaya hidup digital yang tidak bisa dipisahkan dari budaya masyarakat pascaindustri termasuk masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti masyarakat Indonesia merupakan pangsa pasar terbesar sebagai partisipasi pengguna internet setelah Pilipina. Perlu diketahui bahwa sampai tahun 2009 di Asia Pasifik, jumlah pengguna di Indonesia sebesar 84% sementara itu pengguna internet di Filipina sebesar 87%. Dari keseluruhan prosentasi tersebut perilaku penggunaan internet terutama melalui untuk akses sosial media seperti facebook, Twoo, Myspace, Path, Instagram, Hi5 dan sejenisnya. Sampai dengan tahun 2009 pengguna sosial media di Indonesia sudah menembus jumlah 5 074 ribu pengguna, dan Filipina 3 924 ribu pengguna (Nguyen, J. 2010).

Terminologi media *online* adalah portal atau situs web yang memenuhi kriteria jurnalistik. Situs web yang bisa dikategorikan sebagai media

massa (media *online*) tentu saja situs web yang memiliki karakteristik tertentu seperti publisitas, universalitas, periodisitas, kontinuitas serta aktualitas (Romli;2013).

Ada beragam alasan mengapa orang mengakses internet dan mengonsumsi media *online*. Beberapa sumber data primer mengungkapkan beberapa alasan pokok tersebut antara lain dilakukan atas dasar beberapa faktor utama yaitu “pembentukan identitas”, “memperoleh informasi”, “integrasi dan interaksi sosial”, “hiburan”, dan “kemudahan”.

Faktor pembentukan identitas tercermin dari pola pemilihan akses pada situs web yang menjadi rujukan utama untuk mencari informasi. Bila mana tujuan utama pengakses adalah untuk mencari informasi mengenai tema tertentu, mereka akan merujuk pada *search engine* populer seperti google dan yahoo yang biasa digunakan oleh komunitas mereka. Mereka akan merasa terasing jika tidak familier dengan mesin pencari sebagaimana yang dijadikan rujukan komunitas mereka untuk aktifitas *browsing*. Demikian halnya dengan *mainstream* media online yang menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan informasi. Sebagai *user* mereka akan memberikan *tagar* (memberi tanda pagar) atau *hashtag* atau *me-like* terhadap isu-isu yang menjadi perhatian komunitas mereka. Bahkan mereka akan mengoptimalkan fitur yang disediakan oleh media yang bersangkutan untuk memperkuat identitasnya seperti membuat *blog* dari *domain* media *online* yang mereka akses.

User media *online* mengakses media digital dilatar belakangi oleh kebutuhan untuk memperoleh informasi secara cepat. Media online yang aksesnya lambat dalam hitungan detik akan ditinggalkan *users*, selanjutnya *users* tersebut akan beralih ke situs lain untuk mengakses informasi sejenis yang lebih cepat untuk bisa diakses.

Pertimbangan lain dari nara sumber primer pengguna internet mengapa mereka memilih media online untuk memenuhi kebutuhan informasi kesehatan adalah pertimbangan kemudahan penggunaan media online dan

kemudahan mendapatkan akses internet di ruang publik saat ini. Bagi institusi publik maupun institusi privat yang berkaitan erat dengan pelayanan publik, menyediakan *hotspot area*, *router wi-fi* sekarang ini sudah dianggap sebagai bentuk pelayanan mutlak bagi masyarakat atau sudah menjadi bagian dari visi institusi tersebut terkait dengan kualitas pelayanan yang menjadi harapan setiap *stakeholder*. Berdasarkan asumsi tersebut di atas, sekarang ini hampir semua organisasi pelayanan publik termasuk tempat umum seperti bandara, stasiun kereta api, terminal bis, perkantoran dan sebagainya sudah menyediakan pelayanan kemudahan akses internet yang signifikan dengan kemudahan akses media online.

Simpulan

Kredibilitas merupakan kriteria yang menjadi pertimbangan penting bagi *users* untuk mengakses media online dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi kesehatan secara cepat dan akurat. Bagi *users* sumber informasi yang dijadikan rujukan media online lebih penting dari pada sekedar bentuk dan isi medianya. Sumber rujukan informasi oleh sumber sering kali diidentikkan dengan dokter atau paramedis. Oleh karenanya Media *online* yang secara eksplisit berafiliasi dengan organisasi profesi seperti Ikatan Dokter Indonesia (IDI) oleh netizen dipersepsikan sebagai sumber informasi kesehatan yang memiliki tingkat kredibilitas tinggi.

Informasi tentang masalah perawatan kesehatan oleh pengguna internet dirasakan sebagai bentuk kebutuhan yang sangat mendesak manakala netizen sedang mengalami gangguan kesehatan. Demikian pula apabila ada anggota komunitas seperti kerabat dekat maupun teman sejawat sedang mengalami masalah gangguan kesehatan, maka ada dorongan kuat dari netizen untuk menggali informasi kesehatan dari media online.

Media *online* merupakan sumber informasi kesehatan yang efektif untuk memenuhi kebutuhan kognisi para netizen. Namun informasi

kesehatan yang diperoleh secara *online* kurang efektif untuk menangani persoalan gangguan kesehatan yang sifatnya kuratif. Bagi netizen gangguan kesehatan yang membutuhkan terapi medis sepenuhnya tidak bisa digantikan dengan peran media *online*.

Daftar Pustaka

- Afifuddin & Saebani, Beni Ahmad. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia
- Aldhous, P News/Feature Editor.(2001). *Nature*, San Fransisco, CA.
- Allison S. Editor Consultant. (2000). *Discovery Health and Former*, Editorial director AOL Health, the University of Maryland, College Park, Md.
- Strauss, Anselm & Corbin, Juliet.(2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif, tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi data*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Doherty, J. Executive Producer.(2000). *Washingtonpost.com*, Arlington, VA.
- Effendi, Onong Uchjana.(1993). *Ilmu–Teori & filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eve-Marie Lcroid (2000) *MEDLINEplus, Crossing the Quality Chasm: A New Health System for the 21st Century, Committee on Quality of Health Care in America, Institute of Medicine*, ISBN: 0-309-51193-3, <http://www.nap.edu/catalog/10027>.
- Harris, L.M, Diference That Make a difference, in Harris, LM. Eds.(1995). *Health and News media, Technologies Transforming PersonalandPublicHealth*,Mahwah,New Jersey: Lawrance Erbaum Associates,
- Huberman A. Michael, Miles Matthew B. (1992). *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, Jakarta: UI-Press
- Jauhari,Nurudin.(2010),*AlasanTanyasaja.com Ditutup*,<http://nurudin.jauhari.net/alasan-tanyasaja-com-di-tutup.jsp>
- McConnell, J Multi Media Editor, (2000). *The Lancer*, New York City, NY,
- Miles Matthew B, Huberman A, Saldana Johnny (2014). *Qualitative Data Analysis; A Methods Sourcebook*, edition 3, London: SAGE Publication.
- Muhadjir, Noeng, (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin
- Noegroho, Agoeng, (2010). *Teknologi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Owens D, (1998). House A, Patchett L. *Deliberate self-harm..EffectiveHealthCareBulletin*.
- Romli, Asep Syamsul M.(2013). *Komunikasi Dakwah–Pendekatan Praktis*, Bandung, <http://www.romelte.com>
- Stepp CS, (2000). *The magic and Craft of Media Writing*, Chicago, NTC Publishing,
- Susannah F. (2011). *Health Topics 80% of internet users look for health information online*, Pew Internet & American Life Project, a project of the PewResearchCenter, Callifornia HealthCare Foundation.
- Sutopo, HB, (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif – Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*, Solo: Universitas Sebelas Maret
- Tuchman, G. (1978): *Making News. A Study of the Construction of Reality*, New York: Free Press; Van Gorp, B (2007). <http://www.people-press.org/2010/09/12/section-5-news-media-credibility/> 16-03-2016, diakses pukul 13:43 WIB.