

**Judul : Budaya Partisipatif Produksi Program Promosi Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Channel PMI TV di Media Sosial You Tube)**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Di zaman yang semakin maju ini, bidang komunikasi terutama komunikasi massa mengalami perkembangan yang sangat pesat. Komunikasi massa melibatkan jumlah komunikan yang banyak tersebar dalam area geografis yang luas, namun punya perhatian dan minat terhadap isu yang sama. Karena itu, agar pesan dapat diterima serentak pada waktu yang sama, maka digunakan media massa seperti surat kabar, majalah, radio atau televisi (Verdiansyah, 2004).

Selain media massa seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi, di zaman yang makin maju ini media massa juga ikut berkembang dengan ditandai dengan munculnya media baru yaitu internet. Internet memiliki andil yang cukup besar dalam perkembangan media komunikasi saat ini. Dengan internet, berbagai pesan dapat disampaikan dan diterima secara cepat melalui media. Salah satu media internet yang banyak digunakan saat ini adalah media sosial.

Mc Quail dalam bukunya (2011) membahas mengenai internet sebagai media baru. Mc Quail (2011: 156) mengidentifikasi lima kategori utama 'media baru' yang memiliki kesamaan saluran tertentu dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten dan konteks.

Dalam lima kategori tersebut, media sosial masuk dalam kategori **media partisipasi kolektif**, dimana dalam kategori ini penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman, serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif (yang diperantarai computer). Penggunaanya berkisar dari yang murni peralatan hingga efektif dan emosional (Baym, 2002).

Salah satu media sosial yang kini banyak digunakan adalah *Youtube*. *Youtube* merupakan sebuah media sosial *video sharing* (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi video secara gratis. Umumnya video-video di *You tube* adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri (Tamburaka, 2013:83). Saat ini, *Youtube* sudah menjadi saluran media alternatif yang digunakan oleh perusahaan maupun organisasi, salah satunya adalah Palang Merah Indonesia yang memiliki *channel*/kanal yang bernama “PMI TV”.

PMI TV merupakan *channel* resmi yang dimiliki oleh organisasi kemanusiaan Palang Merah Indonesia. PMI TV didirikan pada 29 Maret 2017 dengan video pertama yang diunggah pada tanggal 12 Oktober 2018. Hingga saat, ini, PMI TV memiliki lebih dari 6000 (enam ribu) pengikut dengan total *viewers* mencapai lebih dari 150 ribu. *Channel* ini dibuat awalnya dengan tujuan untuk menjadi bagian dari penyebaran informasi bencana, informasi layanan tanggap darurat dan penghargaan akan jasa sukarelawan saat bertugas (Dok. PMI Pusat).

Dari sekian banyak kegiatan yang dilakukan oleh PMI, baik PMI Pusat maupun PMI Daerah, semua “terekam” dan dirangkum dalam *channel* PMI TV ini. Sesuai dengan tujuan awal dibuatnya *channel* ini sebagai penyebaran informasi kesehatan, layanan tanggap darurat dan penghargaan akan jasa sukarelawan saat bertugas, melalui *channel* ini para relawan dapat dengan jelas melihat bagaimana kegiatan dan tugas yang dilakukan oleh para relawan dari daerah lain yang sedang bertugas. *Channel* ini juga dapat digunakan untuk merespon bantuan dari daerah bencana jika memang membutuhkan bantuan dari daerah lain.

## 1.2 Rumusan Masalah

PMI TV merupakan satu-satunya *channel* resmi milik Palang Merah Indonesia, dimana setiap tahunnya bertambah jumlah *viewers* dan pengikutnya (*subscriber*) Salah satunya adalah karena konten yang disajikan dalam *channel* PMI TV sesuai dengan komunitas yang menjadi *target audience* mereka.

Beberapa video yang mendapatkan banyak *views* dalam kanal ini adalah “Sejarah Gerakan Palang Merah dan Bulan Sabit Merah” dengan 4,7 ribu penonton, “Cara Masker Bedah yang Benar ala PMI” dengan 1,5 ribu penonton, dan “Cara Batuk yang Baik dan Bersin yang Benar” dengan 714 penonton,

Gerakan Palang Merah Indonesia mempunyai dasar dan tujuan dalam pengabdianya. Dengan berdirinya PMI TV, sesuai dengan salah satu misi PMI yaitu : Meningkatkan integritas dan kemandirian organisasi melalui kerjasama strategis yang berkesinambungan dengan pemerintah, swasta, mitra gerakan, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya di semua tingkatan PMI dengan mengutamakan keberpihakan kepada masyarakat yang memerlukan bantuan.

Dimana sesuai yang dimaksudkan dari misi tersebut PMI TV masuk kedalam visi tersebut yang mengutamakan keberpihakan kepada masyarakat yang memerlukan bantuan. Dalam *channel* tersebut PMI juga membagikan kegiatan kepedulian kepada masyarakat baik saat masa konflik, contohnya pada video “Aksi Tim Ambulans PMI pada Kerusuhan di Depan Gedung DPR” dan pada saat masa damai atau bencana seperti pada video “Tutorial Melakukan Isolasi Mandiri di Rumah”.

Dari banyaknya konten-konten video yang terdapat pada PMI TV, program-program promosi kesehatannya yang mendapat banyak minat jika dilihat dari banyaknya *viewers* terutama pada masa pandemic seperti saat ini.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana Bentuk Budaya Partisipatif Produksi Program Promosi Kesehatan Di Channel You Tube Pmi Tv?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaparkan bentuk Budaya Partisipatif Produksi Program Promosi Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Channel PMI TV di Media Sosial You Tube).