

REVISED MODEL UTAUT: INTENSI PENGGUNAAN INSTAGRAM DAN NIAT BERINTERAKSI MENGENAI INFORMASI SEX-ED

Maria Adiska Auliadinanti¹⁾, Ikhsan Fuady²⁾

^{1,2)}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
Alamat Email : ikhsanfuady@mail.unpad.ac.id

Tanggal diterima: 8 Desember 2022 Tanggal direvisi: 9 Februari 2023 Tanggal disetujui: 3 Maret 2023

ABSTRACT

This study examines the factors that cause the incessant access to sexual health information through the social media application Instagram. The application of the revised UTAUT model is used by adding construction attitudes for intensive research using Instagram in an effort to obtain sexual health information. In general, this study aims to find out what factors cause delays in comprehensive sexual health education through Instagram social media. This study will use the largest Instagram account on reproductive health, @tabu.id as a case study. Tabu.id was chosen as an account that represents the quality of reproductive health information on Instagram social media. This study uses a quantitative method with multivariate analysis. This study uses data from 146 samples of Instagram users obtained from distributing questionnaires. Data processing obtained from the answers to this questionnaire will be processed using statistical software SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 26 and LISREL (Linear Structural Relations) 8.50 using the Windows 10 operating system to simplify and avoid defects in the calculation results. The results of this study indicate that our revised UTAUT model accurately describes the intensity of using Instagram and the intention to interact regarding sex education information. This can be seen from the goodness of fit which is categorized as good fit. Through this research, attitudes towards using Instagram are directly influenced by social influences and not by performance expectations. Meanwhile, the intensity of using Instagram in accessing sex education information is directly influenced by performance expectations and not by social influences. Researchers also found through this study that intention to use Instagram can affect the intensity of interaction with sex education information.

Keywords: Revised model UTAUT, Instagram, Sex education, Social media

© 2023 MetaCommunication; Journal Of Communication Studies

How to cite: Auliadinanti, M.A., Fuady, I., (2023). Revised Model UTAUT: Intensi Penggunaan Instagram dan Niat Berinteraksi Mengenai Informasi Sex-ed. MetaCommunication; Journal of Communication Studies, 8(1), 45-58

ABSTRAK

Studi ini mengkaji faktor-faktor yang menyebabkan intensi untuk mengakses informasi kesehatan seksual melalui aplikasi sosial media Instagram. Penerapan dari model revisi UTAUT digunakan dengan menambahkan konstruksi sikap untuk meneliti intensi menggunakan Instagram dalam upaya untuk mendapatkan informasi kesehatan seksual. Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu faktor apa saja yang menyebabkan kesuksesan edukasi kesehatan seksual komperhensif lewat media sosial Instagram. Studi ini akan menggunakan akun Instagram terbesar mengenai kesehatan reproduksi, @tabu.id sebagai studi kasus. Tabu.id dipilih sebagai akun yang merepresentasikan kualitas informasi kesehatan reproduksi di sosial media Instagram. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis multivariat. Studi ini menggunakan data dari 146 sampel pengguna Instagram yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Pengolahan data yang didapat dari jawaban kuesioner ini akan diolah dengan menggunakan software statistik SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 26 dan LISREL (Linear Structural Relations) 8.50 dengan menggunakan sistem operasi Windows 10 untuk mempermudah serta menghindari kecacatan dalam hasil perhitungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa revised model UTAUT yang dihasilkan sangat tepat menggambarkan intensi

menggunakan Instagram dan niat berinteraksi mengenai informasi edukasi seks, hal ini dapat dilihat dari goodness of fit yang terkategori good fit. Lewat penelitian ini sikap dalam menggunakan Instagram secara langsung dipengaruhi oleh social influence dan tidak oleh performance expectancy. Sedangkan, intensi untuk menggunakan Instagram dalam mengakses informasi edukasi seks dipengaruhi langsung oleh performance expectancy dan tidak dengan social influence. Peneliti menemukan juga lewat penelitian ini bahwa niat penggunaan Instagram dapat mempengaruhi intensi berinteraksi terhadap informasi edukasi seks tersebut.

Kata Kunci: Model UTAUT yang direvisi, Instagram, Edukasi Seks, Media sosial

PENDAHULUAN

Pengajaran edukasi seks di negara berkembang seperti Indonesia masih sangat terbatas dan kerap dianggap tabu, baik dalam lingkungan sekolah maupun keluarga (Hidayat et al., 2019). Padahal, mendapat pengajaran terhadap edukasi seks secara komprehensif dapat memperkuat kemampuan remaja untuk membuat pilihan secara sadar mengenai hubungan, seksualitas dan sehat secara emosional maupun fisik (European Expert Group on Sexuality Education, 2015). Tidak tersedianya edukasi seks komprehensif dikhawatirkan akan membuat kaum muda semakin rentan dengan penyakit seksual dan kurang bisa membuat keputusan yang tepat terhadap seksualitas mereka. Hal ini dapat terlihat dari tingkat seks pra-nikah yang meningkat dari tahun 2012 ke tahun 2017. Kenaikan tersebut direkam oleh SDKI dengan menunjukkan hubungan seks pra-nikah dilakukan oleh laki-laki sebanyak 57,5% karena rasa ingin tahu, 38% oleh perempuan yang terjadi begitu saja, dan 12,6% lewat proses pemaksaan kepada pihak wanita (Kemenkes, 2015). Risiko-risiko tersebut menyebabkan kaum muda harus diprioritaskan dalam intervensi kesehatan seks. Namun, sayangnya remaja di Indonesia pada umumnya hanya mendapatkan edukasi kesehatan seks secara formal di sekolah melalui Mata Pelajaran IPA, Pendidikan Jasmani, dan sebagai tambahan melalui pembinaan pra remaja. Sedangkan mahasiswa sudah tidak mendapatkannya secara formal kecuali jika mereka mengambil mata kuliah dan peminatan yang berkaitan dengan kesehatan seks. Edukasi seks yang diajarkan secara formal juga sering kali hanya berfokus pada hal dasar dan fisik. Jika hanya mengandalkan edukasi seks melalui pendidikan formal, maka remaja tidak mendapatkan perkembangan atas pengetahuan seksual yang mereka miliki.

Pada situasi seperti sekarang, cara yang paling efektif untuk mengedukasi kaum muda dengan edukasi seks adalah dengan melibatkan peran mereka secara aktif (Ngabaza & Shefer, 2019). Selain melibatkan kaum muda secara aktif, edukasi seks juga perlu dapat menjangkau banyak orang dan tidak terbatas. Berdasarkan kriteria tersebut, penggunaan media baru sebagai alat menyebarkan edukasi seks merupakan pilihan yang tepat. Media baru memungkinkan perubahan akses teknologi dari semula terbatas hanya pola adopsi antar individu menjadi massal (Livingstone, 1999). Media baru yang dimaksud secara khusus adalah media sosial karena dapat diakses dimana saja, dapat menjangkau khalayak besar, serta memungkinkan penyebaran informasi dan pesan kesehatan secara luas tanpa dibatasi oleh geografi (Condran et al., 2017; Moorhead et al., 2013). Manfaat dan potensi penggunaan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi kesehatan kepada audiens

terkonsentrasi juga telah dibuktikan oleh banyak literatur (Gabarron & Wynn, 2016; Jones et al., 2012). Selain itu, media sosial juga mendukung usaha melibatkan kaum muda secara aktif melalui fitur-fitur interaktif yang ditawarkan seperti *likes*, *comment*, *share*, dan *follow*. Fitur-fitur ini mengakibatkannya terciptanya ruang diskusi dan memungkinkan setiap pihak mendapatkan *feedback*. Fitur share bahkan membuat informasi tersebar lebih luas dan cepat sehingga proses edukasi tidak pernah berhenti. Edukasi kesehatan yang interaktif seperti ini tentu saja efektif untuk mendorong perubahan perilaku (Crutzen et. al., 2011). Instagram menjadi salah satu media sosial dengan pengguna didominasi oleh anak muda.

Menjadi tepat bila Instagram digunakan sebagai media mempromosikan edukasi seks. Hal ini juga dibuktikan dengan banyaknya akun pengguna yang mulai menyebarkan edukasi seks secara komprehensif seperti akun Instagram @tabu.id, @talk.tabu, @ceritatabu.id, @taulebih.id, dan masih banyak lagi. Hal tersebut ingin coba diteliti lewat penelitian kali ini. Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu faktor apa saja yang menyebabkan kesuksesan edukasi kesehatan seksual komprehensif lewat media sosial Instagram.

Banyak penelitian tentang komunikasi kesehatan melalui media sosial telah dilakukan, khususnya mengenai promosi pendidikan seks. Studi-studi ini telah dilakukan di berbagai negara dengan berbagai latar belakang budaya, yang membuat sulit untuk menggeneralisasi hasil dan membandingkannya dengan studi lain. Namun, terdapat aspek umum yang dapat disimpulkan sebagai kunci edukasi yang efektif, diantaranya, harus relevan dengan audiens, memenuhi kebutuhan, perhatian, dan minat mereka. Penelitian yang mengukur intensi menggunakan sosial media untuk edukasi seks dan intensi berinteraksi dengan konten terkait telah diteliti sebelumnya oleh Olamijuwon dan Odimegwu (2021). Penelitian tersebut meneliti tren edukasi seks melalui media sosial di negara Kenya, Nigeria, dan Afrika Selatan. Ketiga negara tersebut merupakan negara berkembang sehingga penelitian tersebut cocok diterapkan kembali di Indonesia melalui metode yang sama. Penelitian tersebut juga menyarankan untuk studi di masa depan dapat memperluas penelitian ini dengan meneliti edukasi seks yang disediakan oleh organisasi non-pemerintah tetapi kredibel. Melalui saran itulah peneliti akan meneliti intensi berinteraksi dengan informasi edukasi seks yang disediakan akun @tabu.id di media sosial Instagram. Akun Instagram @tabu.id adalah akun edukasi seks komprehensif non-pemerintah, memiliki kredibilitas yang baik, terkemuka di kalangan remaja Indonesia dan telah memiliki lebih dari 121.000 pengikut.

Penelitian yang dilakukan bersandar pada teori model teoritis *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang direvisi oleh Dwivedi et al. Model UTAUT yang direvisi (*revised model*) diadaptasi dalam penelitian ini agar sesuai dengan konteks promosi kesehatan seksual di media sosial (Olamijuwon dan Odimegwu, 2021). Model UTAUT digunakan untuk menjelaskan persepsi pengguna dan perilaku penerimaan terhadap teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Model ini dilatarbelakangi oleh teori difusi inovasi, teori tindakan beralasan, model penerimaan teknologi,

Theory of Planned Behavior (TPB), gabungan *Theory Acceptance Model* dan TPB, model pemanfaatan PC, dan teori kognitif sosial. Model tersebut memiliki empat variabel sebagai konstruksi kunci diantaranya *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* yang mempengaruhi niat berperilaku untuk memakai suatu teknologi. *Performance Expectancy* menyatakan ukuran sejauh mana seseorang mempercayai penggunaan suatu sistem dapat membantu dia mencapai keuntungan dalam aktivitas yang dilakukan. *Effort Expectancy* mengarah pada tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem yang berdampak pada keinginan mereka melakukan sesuatu. *Social Influence* didefinisikan sebagai persepsi lingkungan sosial yang berdampak pada keputusan individu menggunakan sistem baru. *Facilitating Conditions* merujuk pada sejauh mana infrastruktur yang ada dapat membuat seseorang menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Sedangkan pada model teoritis UTAUT yang direvisi, Dwivedi dan lainnya menambahkan sikap (*attitude*) sebagai variabel yang mempengaruhi intensi berperilaku. Sikap memainkan peran sentral dalam penerimaan dan penggunaan inovasi teknologi dan berpengaruh langsung pada perilaku pengguna (Dwivedi et al., 2017). Baik model UTAUT maupun model teoritis yang direvisi, dirasa tepat untuk digunakan lantaran teori ini banyak digunakan dan menunjukkan efektivitas yang tinggi untuk mengetahui niat dan penggunaan teknologi baru. Salah satu penelitian terdahulu yang menggunakan model tersebut adalah untuk meneliti penggunaan dan penerimaan media sosial di kalangan pendidik kesehatan (Hanson et al., 2011).

Penelitian ini akan mengukur variabel intensi menggunakan media sosial Instagram dan berinteraksi dengan edukasi seks yang dipengaruhi oleh tiga variabel konstruksi kunci. Tiga konstruksi kunci ini adalah *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan Sikap. Temuan uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan bahwa intensi berperilaku tidak signifikan dipetakan oleh *Facilitating Condition* karena sudah dipetakan oleh *Effort Expectancy* (Venkatesh, 2003). Konstruksi *Effort Expectancy* dan *Facilitating Condition* dihapus untuk efektifitas dan efisiensi penelitian karena konstruksi ini memiliki kemiripan. Selain itu, *Performance Expectancy* dan *Social Influence* berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan media berdasarkan penelitian pada sebuah universitas di Cina (Shi dan Cheng, 2008). Sedangkan, Intensitas berinteraksi dengan edukasi seks dimasukkan karena promosi kesehatan seksual hanya berhasil jika sesuai dengan kebutuhan audiens yang dituju (Olamijuwon dan Odimegwu, 2021).

Performance Expectancy pada penelitian ini berkaitan dengan bagaimana informasi kesehatan seks dipaparkan oleh akun @tabu.id berdampak perubahan perilaku setelah menerima informasi kesehatan seks lewat akun @tabu.id. *Social Influence* mengarah pada faktor sosial terhadap penerimaan informasi kesehatan seks melalui akun @tabu.id. Sedangkan variabel Sikap membicarakan pandangan positif atau negatif seseorang sebelum berinteraksi dengan informasi kesehatan seks. Variabel intensi untuk berinteraksi dengan informasi kesehatan seks membahas interaksi apa saja yang akan dilakukan. Sedangkan variabel intensi untuk menggunakan Instagram

membahas ketepatan penggunaan Instagram sebagai media edukasi seks. Namun, penggunaan variabel intensi ini menjadi gap pada penelitian sebelumnya karena tidak adanya ukuran standar niat untuk berinteraksi dengan informasi kesehatan seksual menghasilkan konstruk yang dikembangkan sendiri (Olamijuwon dan Odimegwu, 2021). Selain itu, peningkatan keinginan mengakses pada penelitian sebelum kurang dalam diteliti. Hal tersebut membuat studi penelitian selanjutnya dapat lebih dalam meneliti peningkatan keinginan mengakses dan menetapkan ukuran standar niat untuk berinteraksi. Penelitian ini juga akan menggunakan beberapa variabel kontrol untuk mengetahui persebaran sosiografi responden. Variabel kontrol tersebut meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, dan status hubungan. Penelitian ini seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya menggunakan model revisi UTAUT Dwivedi dalam mengukur niat menggunakan Instagram untuk mengakses informasi edukasi seks. Bila membahas dalam ranah UTAUT, Instagram merupakan teknologi informasi. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa Instagram juga merupakan bagian dari media baru dan berbicara soal informasi kesehatan seksual dalam bentuk konten juga tidak lepas dari ranahnya sebagai produk media. Maka dari itu untuk meneliti perilaku bermedia peneliti juga memakai teori *Uses and Gratification*. Intensi untuk berinteraksi di Instagram terhadap konten informasi edukasi seks akan diteliti menggunakan teori tersebut. *Teori Uses and Gratifications* (UnG) mengatakan bahwa komunikan/audiens memilih media apa dan efek apa yang mereka inginkan. Pemilihan suatu media mungkin didasarkan pada kepuasan yang mereka cari dari media tersebut (Griffin, 2011). Hal inilah yang mendasari orang bisa saja menggunakan Instagram untuk mendapat informasi kesehatan seksual. Tiga konstruksi kunci UTAUT yang digunakan juga sesuai bila ingin disinggung atau disandingkan dengan salah satu konsep UnG yaitu kenyamanan. Kenyamanan ini akan membuat orang memiliki niat menggunakan Instagram terkhususnya dalam mengakses informasi kesehatan seksual yang dibutuhkan. Implikasinya bila sudah memiliki niat mengakses informasi dari Instagram adalah apakah ada intensi untuk berinteraksi atau hanya diam saja setelah mendapat pengetahuan. Hal inilah yang juga ingin diteliti dalam penelitian kali ini, sehingga nanti akan muncul jawaban atas pertanyaan apakah intensi menggunakan Instagram untuk mengakses Informasi kesehatan seksual berpengaruh terhadap peningkatan keinginan berinteraksi terhadap informasi tersebut. Pertanyaan tersebut tentu saja tidak dapat terjawab hanya dengan mencari satu jawaban untuk memperkuat hasil penelitian.

Berdasarkan kajian konseptual yang telah dilakukan, peneliti akhirnya menyusun hipotesis untuk coba dibuktikan pada penelitian kali ini, yaitu:

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Performance Expectancy* terhadap sikap penggunaan Instagram.

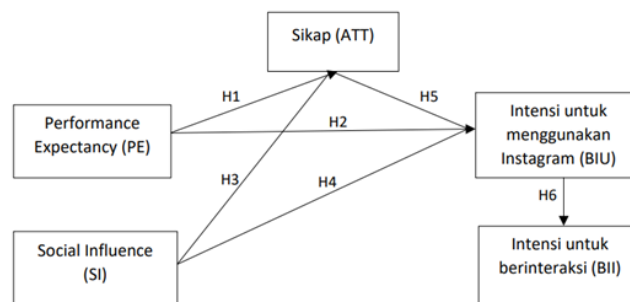
H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Performance Expectancy* terhadap intensi untuk menggunakan Instagram dalam mengakses informasi edukasi seks.

H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Social Influence* terhadap sikap penggunaan Instagram.

H4: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Social Influence* terhadap intensi untuk menggunakan Instagram dalam mengakses informasi edukasi seks.

H5: Terdapat pengaruh antara sikap penggunaan Instagram terhadap intensi menggunakan Instagram dalam mengakses informasi edukasi seks.

H6: Terdapat pengaruh yang signifikan antara intensi menggunakan Instagram terhadap intensi untuk berinteraksi dengan konten edukasi seks di dalamnya.



Gambar 1 Diagram Model yang Diusulkan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian dengan filsafat positivisme sebagai landasannya, dipakai dalam meneliti populasi atau sampel tertentu, yang pengambilan sampelnya dilakukan secara acak, menggunakan instrument penelitian dalam mengumpulkan data, analisis data dengan statistik bertujuan mengkaji hipotesis (Sugiyono, 2017). Pengertian tersebut sekaligus mengarahkan peneliti untuk menggunakan positivisme sebagai paradigma penelitian. Paradigma positivisme menyakini suatu peristiwa atau kejadian sosial dapat diteliti berdasarkan penyebabnya (hukum sebab-akibat), melalui penalaran deduktif dan pengamatan empiris serta bebas nilai (Neuman, 2014). Paradigma positivisme adalah paradigma yang sejalan dengan konsep penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menghasilkan hasil atau bukti yang dapat dipertanggungjawabkan dan dikaji secara empiris (Suharsaputra, 2012).

Penelitian ini akan menggunakan *Non-probability Sampling* dengan *Convenience Sampling* sebagai teknik sampling. *Non-probability* sampling berarti setiap populasi memiliki peluang yang berbeda-beda untuk terpilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017). *Convenience Sampling* dipilih sebagai teknik sampling karena mudah digunakan dan memungkinkan banyaknya data terkumpul dengan waktu yang singkat.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner tergolong sebagai cara dalam mengumpulkan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017).

Angket atau kuesioner akan dibagikan secara daring guna meminimalisir gerak langsung, dan menjangkau lebih banyak responden. Tipe angket yang akan digunakan adalah tertutup. Angket tertutup mewajibkan responden menjawab dengan pilihan yang sudah disediakan oleh peneliti. Nantinya responden akan dihadapkan dengan sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan Instagram sebagai media komunikasi edukasi seks berdasarkan informasi edukasi seks melalui akun @tabu.id. Mereka harus memilih apakah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, atau sangat tidak setuju terhadap tiap pernyataan tersebut.

Populasi dalam penelitian kali ini merupakan pengguna Instagram. Pengguna Instagram dipilih sebagai populasi penelitian karena keterkaitannya dengan media sosial Instagram. Peneliti menjadikan pengguna Instagram, baik yang mengikuti @tabu.id atau tidak sebagai populasi penelitian karena akun tersebut memberikan informasi bukan hanya kepada pengikutnya saja. Informasi yang disediakan @tabu.id dapat diakses oleh pengguna Instagram secara luas. Pemilihan populasi ini juga untuk menghindari bias. Apabila populasi dan sampel terfokus hanya kepada pengikut @tabu.id, dikhawatirkan jawaban mereka akan memihak pada @tabu.id

Berdasarkan jumlah populasi yang tersedia, peneliti telah menentukan ukuran sample yang sesuai untuk penelitian ini. Ukuran sampel adalah jumlah sampel yang dipakai untuk diteliti melalui proses penelitian. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan *software* GPower 3. 1 dengan *confidence level* 95%, *margin of error* 5%, dan 3% *effect size* sehingga didapatkan hasil ukuran sampel sebesar 134, tetapi data yang terkumpul sebanyak 146 responden. Peneliti sengaja mengumpulkan sampel lebih untuk hasil pengukuran yang lebih baik.

Penelitian kuantitatif mengharuskan data yang diperoleh harus bersifat empiris. Dalam memperoleh data empiris tersebut diperlukan teknik analisis data untuk menguji hipotesis model yang diajukan. Penelitian ini akan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Analisis SEM dipilih untuk mengukur variabel laten dan memetakan model dengan memperhitungkan potensi *error* tiap variabel (Raykov dan Marcoulides, 2000). Intensi adalah variabel laten dan konsentrasi pengukuran SEM tinggi sehingga diharapkan dapat menguji dan menciptakan model dengan tingkat kebaikan maksimal. Hal itu akhirnya mendasari peneliti memilih teknik analisis tersebut. Dalam melakukan analisis SEM tahapan pertama yang dilakukan adalah melakukan uji *Confirmatory Factor Analysis* untuk menguji validitas dan reliabilitas baru setelah itu pengujian terhadap kesesuaian model struktural.

Uji Validitas dilakukan menggunakan *Software* LISREL 8.50 dengan memperhatikan nilai *Loading factor* tiap item variabel. Uji Reliabilitas dilakukan menggunakan *Software* SPSS 26 dengan melihat nilai *Cornbach alpha*. Uji kesesuaian pemodelan dilakukan dengan melihat indikator *goodness of fit*. Terakhir uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien korelasi dan nilai T Statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Temuan ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Olamijuwon dan Odimegwu. Namun, baik penelitian tersebut dan penelitian ini, *Performance Expectancy* sama-sama berpengaruh terhadap intensi penggunaan suatu media sosial dalam mengakses informasi edukasi seks. Penelitian sebelumnya memetakan bahwa *Social Influence* berpengaruh terhadap intensi mengakses informasi kesehatan seksual melalui media sosial dan sikap penggunaan media sosial (Olamijuwon dan Odimegwu, 2021). Namun, pada penelitian ini *Social Influence* hanya berpengaruh terhadap sikap penggunaan Instagram. Artinya niat mengakses informasi edukasi seks di Instagram adalah murni karena keinginan pribadi dan tidak dipengaruhi oleh kondisi sosial. Sikap penggunaan Instagram pada penelitian ini juga tidak berpengaruh terhadap intensi menggunakan Instagram untuk mengakses informasi edukasi seks. Tentu saja hal ini menunjukkan temuan yang berbeda dibanding penelitian yang dilakukan oleh Olamijuwon dan Odimegwu. Hal itu dapat dipengaruhi oleh karakteristik sampel mengingat penelitian sebelumnya dilakukan di Nigeria, Kenya, dan Afrika Selatan sedangkan penelitian ini dilaksanakan di Indonesia. Jumlah sampel juga dapat mempengaruhi hasil penelitian yang berbeda.

Lalu, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang memetakan konstruksi UTAUT kepada intensi penggunaan dan niat berinteraksi terhadap informasi kesehatan seksual, penelitian ini tidak. Seperti yang sudah dibahas pada pendahuluan, penelitian ini tidak memetakan konstruksi UTAUT kepada intensi berinteraksi. Penelitian ini justru memetakan bagaimana intensi penggunaan Instagram dalam mengakses informasi edukasi seks akan mendorong niat berinteraksi terhadap informasi tersebut. Hal ini menjadi penelitian yang baru dimana juga hasilnya ternyata signifikan dipengaruhi.

Berdasarkan temuan hipotesis dapat disimpulkan bahwa seseorang akan memiliki intensi mengakses informasi edukasi seks melalui Instagram asalkan pesan komunikasi informasi tersebut bermanfaat, memberi pengetahuan baru, dan membantu audiens terhadap permasalahan kesehatan reproduksi yang mereka miliki. Dengan begitu, bila audiens sudah memiliki intensi mengakses informasi edukasi seks maka akan disusul juga dengan niat berinteraksi (menyukai, mengomentari, dan membagikan) terhadap konten terkait.

Pembahasan Penelitian

Data yang diterima dari hasil menyebarkan kuesioner berjumlah 146 responden lalu diolah oleh peneliti. **Tabel 1** menunjukkan karakteristik persebaran sosiografi responden yang terlibat dalam penelitian ini. Kuesioner penelitian paling banyak diisi oleh remaja berusia 19 tahun (32%) dengan tingkat pendidikan terakhir SMA (78%). Hal ini secara tidak langsung dapat menunjukkan bahwa banyak remaja dewasa yang tertarik dengan informasi edukasi seks yang disediakan oleh akun Instagram @tabu.id. Sehingga khalayak yang dituju menjadi benar tepat sasaran sesuai dengan target

audiens @tabu.id. Selanjutnya data lainnya menunjukkan bahwa kuesioner lebih banyak diisi oleh responden berjenis kelamin perempuan bahkan lebih dari setengahnya sebanyak 66%. Responden dengan status hubungan belum menikah dan tidak sedang dalam hubungan romantis juga lebih banyak persentasenya dibanding dengan yang sedang dalam hubungan atau menikah, jumlahnya bahkan mencapai persentase 64%.

Tabel 1. Persebaran Sosiografi Responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Usia		
17	1	1%
18	11	8%
19	47	32%
20	36	25%
21	12	8%
22	9	6%
23	9	6%
24	5	3%
25	8	5%
26	3	2%
28	3	2%
31	1	1%
96	1	1%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	49	34%
Perempuan	97	66%
Tingkat Pendidikan Terakhir		
SMP	1	1%
SMA	114	78%
Perguruan Tinggi	29	20%
Status Hubungan		
Belum menikah dan tidak sedang dalam hubungan romantis	94	64%
Belum menikah, tetapi sedang dalam hubungan romantis	49	34%
Menikah	3	2%

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas dengan menampilkan nilai *Loading factor* dan *Cornbach alpha*. Semua item kuesioner memiliki nilai *Loading factor* diatas 0,5 (kecuali ATT2) sehingga valid dalam mengukur sebuah konstruk secara signifikan. Item ATT2 tidak dihapus karena pada saat uji pemodelan, indikator *goodness of fit* model jauh lebih baik dengan ATT2 dibandingkan tanpa item tersebut. Item konstruksi dianggap valid bila nilai *Loading factor* lebih dari 0,5 (Hair et al., 2016). Sedangkan nilai *Cronbach alpha* pada tiap konstruk memiliki nilai lebih dari 0,6 sehingga semua konstruk secara signifikan dikatakan reliabel. Dalam pengujian reliabilitas dengan memasukkan semua item pada kuesioner, didapatkan nilai *Cornbach alpha* sebesar 0,785. Itu

artinya kuesioner yang dipakai sebagai alat ukur dapat digunakan untuk pengukuran berulang kali. Instrumen penelitian dikatakan sudah reliabel bila nilai *Cornbach alpha* berada diatas 0,60 (Ghozali, 2016). Bila data yang didapat sudah berhasil lolos dari uji validitas dan reliabilitas, maka analisis terhadap kesesuaian model struktural bisa langsung dilakukan.

Tabel 2. Uji Validitas & Reliabilitas

Konstruk	Item	Loading factor	Cornbach alpha (α)
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	PE1	0,83	0,821
	PE2	0,71	
	PE3	0,81	
<i>Attitude (ATT)</i>	ATT1	0,80	0,728
	ATT2	0,46	
	ATT3	0,84	
<i>Social Influence (SI)</i>	SI1	0,65	0,821
	SI2	0,70	
	SI3	0,85	
	SI4	0,73	
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	BIU1	0,69	0,674
	BIU2	0,75	
<i>Behavioral Intention to Interact (BII)</i>	BII1	0,60	0,763
	BII2	0,74	
	BII3	0,84	

Uji pemodelan dengan memperhatikan kesesuaian kecocokan model dilakukan guna mendapat model penelitian yang tepat dan pengujian terhadap hipotesis. Model dikatakan baik apabila indikator-indikator *goodness of fit* menunjukkan tingkat kecocokan yang *good fit*. Sedangkan model pada tingkat *moderate fit/marginal fit* masih bisa diterima meskipun model yang dihasilkan tidak sebaik model *good fit*. Dalam kategori Ukuran Kecocokan Absolut (*Absolute Fit*) dua dari tiga indikator yang diperhatikan, mencapai tingkatan *good fit* dan lainnya *marginal fit*. *Chi-Square* yang diperoleh bernilai 149,29 dengan $df = 83$. Nilai *Chi-Square* dibagi df mendapat hasil 0,012. Nilai ini kurang dari 2 berarti masuk dalam kategori *good fit*. Nilai RMSEA yang diperoleh dalam pengujian model kali ini bernilai 0,074. Tingkat kecocokan *good fit* Nilai RMSEA adalah kurang dari 0,08 (Hair et al., 2019). Oleh karena itu, RMSEA pada model ini sudah menunjukkan kecocokan yang baik ($0,074 < 0,08$). Namun, indikator GFI hanya menunjukkan tingkat kecocokan marginal dengan nilai sebesar 0.88. GFI berada pada tingkat *good fit* bila nilainya lebih dari 0,90 dan *marginal fit* bila nilainya berada diantara 0,80 sampai 0,90 (Hair et al., 2019).

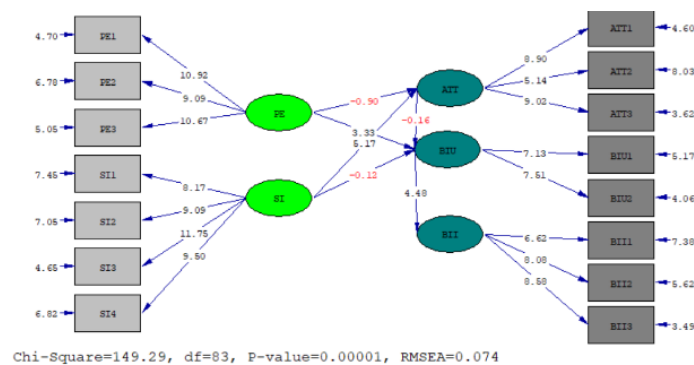
Tabel 3. Hasil Uji Ukuran Kecocokan Inkremental (Incremental Fit)

No.	Ukuran GOF	Target Tingkat Kecocokan	Hasil Perhitungan	Tingkat Kecocokan
1	NFI	$NFI \geq 0,90$ (<i>good fit</i>) $0,80 \leq NFI \leq 0,90$ (<i>marginal fit</i>)	0,83	<i>Marginal fit</i>

2	CFI	CFI $\geq 0,90$ (<i>good fit</i>) 0,080 $\leq$ CFI $\leq 0,90$ (<i>marginal fit</i>)	0,91	<i>Good fit</i>
3	AGFI	AGFI $\geq 0,90$ (<i>good fit</i>) 0,80 $\leq$ AGFI $\leq 0,90$ (<i>marginal fit</i>)	0,83	<i>Marginal fit</i>
4	IFI	IFI $\geq 0,90$ (<i>good fit</i>) 0,80 $\leq$ IFI $\leq 0,90$ (<i>marginal fit</i>)	0,91	<i>Good fit</i>
5	GFI	GFI $\geq 0,90$ (<i>good fit</i>) 0,80 $\leq$ IFI $\leq 0,90$ (<i>marginal fit</i>)	0,88	<i>Marginal fit</i>

Sumber: Hair et al., 2019

Berdasarkan perhitungan kecocokan absolut serta kecocokan inkremental pada **Tabel 3**, didapatkan empat indikator berada pada tingkat kecocokan baik dan tiga lainnya *marginal fit*. Model penelitian akan terlihat seperti **Gambar 2** dengan tingkat kecocokan cukup baik dan model masih dapat diterima.



Gambar 2 Diagram Model Penelitian

Setelah menemukan model dengan kecocokan baik paling maksimal, pengujian terhadap hipotesis dapat dilakukan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai T statistik dari hubungan tiap-tiap variabel dalam opsi *Estimates T-Values*. Hipotesis dapat diterima bila nilai T statistik $\geq 1,96$ (Ghozali, 2016). Sedangkan koefisien korelasi menunjukkan besarnya pengaruh dan arah hubungan antar variabel. Pada **Tabel 4** ditunjukkan bahwa terdapat tiga hubungan yang saling berpengaruh signifikan dan hipotesis terkonfirmasi diterima, yaitu H2, H3, dan H6. Hipotesis yang diterima itu meliputi hubungan antara PE terhadap BIU (H2), SI terhadap ATT (H3), BIU terhadap BII (H4). Hubungan antara *Performance Expectancy* terhadap intensi menggunakan Instagram dalam mengakses informasi edukasi seks memiliki nilai T Statistik diatas 1,96, yaitu 3,33 dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,41. Itu artinya, setiap kenaikan intensi menggunakan Instagram untuk mengakses informasi edukasi seks sebanyak 1% didukung juga dengan bertambahnya *Performance Expectancy* sebesar 49%. Hubungan antara *Social Influence* terhadap sikap penggunaan Instagram memiliki nilai T Statistik diatas 1,96, yaitu 5,17 dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,64. Itu artinya, setiap kenaikan sikap penggunaan Instagram sebanyak 1% didukung juga dengan

bertambahnya pengaruh *Social Influence* sebesar 64%. Terakhir, hubungan antara intensi penggunaan Instagram untuk mengakses informasi edukasi seks terhadap niat berinteraksi dengan informasi edukasi seks memiliki nilai T Statistik diatas 1,96, yaitu 4,48 dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,59. Itu artinya, setiap kenaikan niat berinteraksi dengan informasi edukasi seks sebanyak 1% dipengaruhi oleh intensi penggunaan Instagram untuk mengakses informasi edukasi seks sebesar 59%. Sementara itu Hipotesis 1,4, dan 5 ditolak karen nilai T Statistik dibawah 1,96 dan pengaruh hubungan antar variabel yang begitu kecil dan berkorelasi negatif.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Koefisien Korelasi	T Statistik	Kesimpulan
1	PE→ATT	-0,09	-0,90	<i>Not Confirmed</i>
2	PE→BIU	0,41	3,33	<i>Confirmed</i>
3	SI→ATT	0,64	5,17	<i>Confirmed</i>
4	SI→BIU	-0,02	-0,12	<i>Not Confirmed</i>
5	ATT→BIU	-0,02	-0,16	<i>Not Confirmed</i>
6	BIU→BII	0,59	4,48	<i>Confirmed</i>

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan lagi bahwa revised model UTAUT sangat tepat menggambarkan intensi menggunakan Instagram dan niat berinteraksi mengenai informasi edukasi seks, hal ini dapat dilihat dari goodness of fit yang terkategori good fit. Hal ini kembali menegaskan bahwa konstruksi UTAUT benar tepat digunakan dalam meneliti penggunaan media sosial sebagai produk dari teknologi baru. Performance Expectancy lagi-lagi menjadi konstruksi yang paling kuat dalam memprediksi intensi berperilaku dalam penggunaan suatu media. Social Influence lewat penelitian ini tidak bisa memetakan pengaruhnya terhadap intensi mengakses informasi edukasi seks melalui Instagram. Penelitian selanjutnya mungkin dapat meneliti hal ini mengenai kondisi sosial seperti apa yang dapat mempengaruhi timbulnya intensi menggunakan Instagram untuk mengakses informasi edukasi seks.

Penelitian ini dapat menjadi penemuan baru, menciptakan kerangka rujukan, atau bahkan membuka peluang diskusi dan penelitian lagi dalam ranah UTAUT serta studi terhadap media sosial khususnya Instagram. Penelitian ini juga dapat dipakai sebagai bekal perencanaan rancangan komunikasi kesehatan berbasis edukasi seks di Instagram.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang mendukung agar penelitian ini dapat terselesaikan. Terutama kepada pihak Universitas Padjadjaran yang secara penuh membimbing dan memfasilitasi penelitian ini agar terselesaikan dengan baik. Terakhir, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak Tabu.id dan seluruh responden yang terlibat dalam penelitian kali ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Condran, B., Gahagan, J., & Isfeld-Kiely, H. (2017). A scoping review of social media as a platform for multi-level sexual health promotion interventions. *The Canadian Journal of Human Sexuality*, 26(1), 26–37. <https://doi.org/10.3138/cjhs.261-A1>
- Crutzen, R., de Nooijer, J., Brouwer, W., Oenema, A., Brug, J., & de Vries, N. K. (2011). Strategies to facilitate exposure to internet-delivered health behavior change interventions aimed at adolescents or young adults: A systematic review. *Health Education & Behavior*, 38(1), 49–62. <https://doi.org/10.1177/1090198110372878>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2017). Reexamining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>
- European Expert Group on Sexuality Education. (2015). Sexuality Education – What is it? *Sex Education*, 16(4), 427–431. <https://doi.org/10.1080/14681811.2015.1100599>
- Gabarron, E., & Wynn, R. (2016). Use of social media for sexual health promotion: A scoping review. *Global Health Action*, 9(1), 32193. <https://doi.org/10.3402/gha.v9.32193>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, E. A. (2011). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). New York: Mcgraw-Hill.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hanson, C., West, J., Neiger, B., Thackeray, R., Barnes, M., & McIntyre, E. (2011). Use and acceptance of social media among health educators. *American Journal of Health Education*, 42(4), 197–204. <https://doi.org/10.1080/19325037.2011.10599188>
- Hidayat, M. T., Mokhtar, R. H. B., Fauziati, E., & Nugroho, A. (2019). A fanpage of Sexual and Reproductive Health Education with good information quality: Youth perception. *International Journal of Web Based Communities*, 15(2), 160–176. <https://doi.org/10.1504/ijwbc.2019.10021805>

- Jones, K., Baldwin, K. A., & Lewis, P. R. (2012). The potential influence of a social media intervention on risky sexual behavior and chlamydia incidence. *Journal of Community Health Nursing*. <https://doi.org/10.1080/07370016.2012.670579>
- Kemenkes. (2015). *Situasi Kesehatan Reproduksi Remaja*. Jakarta: Infodatin.
- Livingstone, S. (1999). New Media, New Audiences? *New Media & Society*, 1(1), 59–66. <https://doi.org/10.1177/1461444899001001010>
- Moorhead, S. A., Hazlett, D. E., Harrison, L., Carroll, J. K., Irwin, A., & Hoving, C. (2013). A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 15(4), e85. <https://doi.org/10.2196/jmir.1933>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Assex: Pearson Education Limited.
- Ngabaza, S., & Shefer, T. (2019). Sexuality education in South African schools: deconstructing the dominant response to young people’s sexualities in contemporary schooling contexts. *Sex Education*, 19(4). <https://doi.org/10.1080/14681811.2019.1602033>
- Olamijuwon, E., & Odimegwu, C. (2021). Sexuality Education in the Digital Age: Modelling the Predictors of Acceptance and Behavioural Intention to Access and Interact with Sexuality Information on Social Media. *Sexuality Research and Social Policy*, 19(241–1254). <https://doi.org/10.1007/s13178-021-00619-1>
- Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2002). *A First Course in Structural Equation Modeling*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Shi, W., & Cheng, D. (2008). An Empirical Research on Infomediaries Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).in *Proc. Of the Ninth West Lake International Conference on Small and Medium Business (WLICSMB)*, (677-682).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>