

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@REGISTRASIOTSKK.BPOM SEBAGAI MEDIA
INFORMASI BPOM BAGI PELAKU USAHA OBAT
TRADISIONAL, SUPLEMEN KESEHATAN DAN KOSMETIK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana



MUHAMMAD ARRAFI

1221923011

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Arrafi
NIM : 1221923011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram
@Registrasiotskk.Bpom Sebagai Media Informasi
BPOM Bagi Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen
Kesehatan Dan Kosmetik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Dan jika di kemudian hari terbukti ada kesalahan dan atau plagiat, maka saya bersedia untuk menanggung semua konsekuensi, termasuk dibatalkannya kelulusan saya.

Jakarta, 04 September 2025



Muhammad Arrafi

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Arrafi
NIM : 1221923011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram
@Registrasiotskk.Bpom Sebagai Media Informasi BPOM
Bagi Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan
Dan Kosmetik

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : RR. Roosita Cindrakasih, S.H., M.IKom.

()

Penguji 1 : Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si.

()

Penguji 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom.

()
4/9/2025

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT., yang telah memberikan limpahan nikmat sehat dan kemampuan kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian skripsi. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi yang dilakukan tidak dapat selesai tanpa adanya bimbingan, bantuan, dukungan, dan arahan yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dengan segala hormat, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Supriyanto, SH, Ibu Nurmala, Anisa Safa Salsabila, Farhan Lutfi Ananda selaku orang tua dan adik peneliti, yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan materi & non-materi, dan perhatian yang luar biasa sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian skripsi ini;
2. Ibu RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan sejak awal hingga akhir penelitian skripsi ini agar sesuai dengan ketentuan dan bisa memberikan manfaat bagi para pembaca;
3. Ibu Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si.dan Ibu Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan penyempurnaan untuk penelitian ini;
4. Bapak Ngurah Rangga Wisesa, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku triangulator penelitian, Bapak Arifiya Fazian S.Kom. serta informan lainnya yang telah bersedia untuk diwawancarai dan memberikan banyak sekali informasi dan pandangan yang berguna bagi penelitian yang dijalankan;
5. Seluruh dosen dan pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu dan praktik kepada peneliti selama menjalani masa perkuliahan;

6. Muhammad Yusuf Fatah, Mirzha rachmadi dan rekan-rekan SMA dan SMP yang telah bekerja sama dan bertukar pikiran dengan peneliti selama menjalani perkuliahan dan penyusunan penelitian skripsi;
7. Terima kasih untuk Muhammad Arrafi, A.Md.Hms. selaku peneliti penelitian ini yang tetap selalu berusaha dan berjuang untuk melalui semua, tanpa kata menyerah
8. Teruntuk-nya yang sempat bersama peneliti dan tidak bisa peneliti sebutkan nama-namanya. Terimakasih untuk pembelajaran berharga yang telah diberikan saat proses penyusunan skripsi atau tugas akhir ini. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus pengalaman yang tidak terlupakan dari proses pendewasaan ini, bahagialah selalu:) . Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian dan penelitian skripsi yang peneliti lakukan. Peneliti sangat terbuka terhadap kritik, saran, dan masukan yang konstruktif agar penelitian selanjutnya yang peneliti lakukan bisa jauh lebih baik dan berkembang. Semoga penelitian skripsi ini bisa memberikan banyak manfaat bagi para pembacanya dan menjadi referensi bagi penelitian di bidang yang terkait di kemudian hari.

Jakarta, 04 September 2025



Muhammad Arrafi

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Arrafi
NIM : 1221923011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Penggunaan Media Sosial Instagram @Registrasiotskk.Bpom Sebagai Media Informasi BPOM Bagi Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan Dan Kosmetik

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 04 September 2025

Yang menyatakan



Muhammad Arrafi

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@REGISTRASIOTSKK.BPOM SEBAGAI MEDIA INFORMASI BPOM
BAGI PELAKU USAHA OBAT TRADISIONAL, SUPLEMEN
KESEHATAN DAN KOSMETIK**

Muhammad Arrafi

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan pelaku usaha obat tradisional, suplemen kesehatan, dan kosmetik terhadap informasi regulasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami. Di tengah meningkatnya kasus peredaran produk ilegal serta hoaks kesehatan di media sosial, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melalui Direktorat Registrasi OTSKK memanfaatkan akun Instagram **@registrasiotskk.bpom** sebagai sarana penyampaian informasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun tersebut digunakan sebagai media informasi serta menilai kesesuaiannya dengan kebutuhan pelaku usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi konten, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun **@registrasiotskk.bpom** berperan penting dalam memberikan informasi mengenai prosedur registrasi, layanan publik, pembaruan regulasi, serta klarifikasi isu terkait keamanan produk. Pelaku usaha mengakui bahwa kejelasan bahasa, konsistensi unggahan, dan adanya interaksi melalui komentar maupun pesan langsung sangat membantu mereka dalam memahami regulasi yang berlaku. Kesimpulan penelitian menyebutkan bahwa akun Instagram ini telah berfungsi semestinya sebagai media informasi resmi BPOM. Namun, diperlukan peningkatan dalam aspek interaktivitas, variasi penyajian konten, serta mekanisme evaluasi berbasis masukan pengguna agar penyampaian informasi semakin optimal dan responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha.

Kata Kunci: Komunikasi Publik, Media Sosial, Instagram, BPOM

**UTILIZATION OF THE INSTAGRAM ACCOUNT
@REGISTRASIOTSKK.BPOM AS AN INFORMATION MEDIUM BY
BPOM FOR ENTREPRENEURS IN TRADITIONAL MEDICINES,
HEALTH SUPPLEMENTS, AND COSMETICS**

Muhammad Arrafi

ABSTRACT

This study is motivated by the increasing need of entrepreneurs in traditional medicines, health supplements, and cosmetics for clear, accurate, and accessible regulatory information. Amid the rise of illegal products and health-related hoaxes circulating on social media, the Indonesian Food and Drug Authority (BPOM), through the Directorate of OTSKK Registration, utilizes the Instagram account @registrasiotskk.bpom as a public information channel. This research aims to examine how the account is used as an information medium and to assess its relevance to the needs of business actors. The study applies a descriptive qualitative method, with data collected through in-depth interviews, content observation, and documentation. The findings show that the Instagram account plays an important role in delivering information on registration procedures, public services, regulatory updates, and clarification of issues related to product safety. Business actors acknowledged that the clarity of language, consistency of posts, and interactive features through comments and direct messages are helpful in understanding regulatory requirements. The study concludes that the Instagram account functions proper as an official information medium of BPOM. However, further improvements are needed in interactivity, content presentation, and evaluation mechanisms based on user feedback to ensure more optimal and responsive communication with entrepreneurs.

Keywords: Public Communication, Social Media, Instagram, BPOM

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep Yang Relevan	12
2.1.1 Media Sosial	12
2.1.2 Instagram	14
2.1.3 Komunikasi Pemerintah kepada Publik (<i>Government Public Communication</i>).....	16
2.1.4 Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen, dan Kosmetik sebagai Sasaran Informasi	19
2.1.5 Model Komunikasi Digital 4C.....	21
2.2 Penelitian Sebelumnya	22

2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain dan Pendekatan.....	30
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	31
3.2.1 Objek Penelitian.....	31
3.2.2 Subjek Penelitian	31
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	34
3.3 Pengumpulan Data	34
3.3.1 Sumber Data	35
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4 Analisis Data	37
3.5 Triangulasi Data	38
3.6 Operasionalisasi Konsep	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	41
4.2 Penyajian Data	46
4.2.1 BPOM Sebagai Lembaga Pengawas	47
4.2.2 Penggunaan Media Sosial Instagram.....	49
4.2.3 Akun Instagram @registrasiotkk.bpom	53
4.2.4 Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik	71
4.2.4.1 Karakteristik Pelaku Usaha	71
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	74
4.3.1 Akun Instagram @registrasiotkk.npom sebagai Media Informasi Publik BPOM.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Simpulan	90
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	91
5.3 Saran dan Implikasi.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93

LAMPIRAN	96
----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pengguna Media Sosial Terbanyak di Indonesia	2
Gambar 1.2 Akun Instagram Resmi BPOM	3
Gambar 1.3 Akun Resmi Direktorat Registrasi obat BPOM	4
Gambar 1.4 Akun Resmi Direktorat Registrasi Pangan BPOM	5
Gambar 1.5 Akun Resmi Direktorat Registrasi OTSKK BPOM	5
Gambar 1.6 Kasus Viral Terkait Regulasi BPOM	6
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 Analisis Data Berdasarkan Miles dan Huberman	37
Gambar 4.1 Akun instragram	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BPOM RI	45
Gambar 4.3 Konten Akun Instagram Bersifat Informasi dan Pengawasan.....	47
Gambar 4.4 Akun Resmi Direktorat Registrasi OTSKK BPOM	52
Gambar 4.5 Contoh unggahan Konten Edukasi di Instagram @registrasiotskk.bpom	54
Gambar 4.6 Contoh unggahan Infoyanblik di Instagram @registrasiotskk.bpom	55
Gambar 4.7 Contoh unggahan Inspirasi di Instagram @registrasiotskk.bpom	57
Gambar 4.8 Contoh unggahan Jamu Kurma di Instagram @registrasiotskk.bpom	58
Gambar 4.9 <i>Post Insights</i> Akun Instagram @registrasiotskk.bpom	59
Gambar 4.10 Konten Instagram dengan 296 Like	60
Gambar 4.11 Konten Instagram dengan 22 Like	60
Gambar 4.12 Konten Informasi Tindak Lanjut Pengaduan	62
Gambar 4.13 <i>Direct Message</i> Akun Instagram @registrasiotskk.bpom	63
Gambar 4.14 <i>Direct Message</i> akun Instagram @registrasiotskk.bpom	67
Gambar 4.15 Informasi Layanan Whatsapp	73
Gambar 4.16 Contoh Konten Edukasi Instagram @registrasiotskk.bpom	74
Gambar 4.17 Contoh Infoyanblik Instagram @registrasiotskk.bpom	75
Gambar 4.18 Contoh Infoyanblik Instagram @registrasiotskk.bpom	76
Gambar 4.19 Contoh beberapa konten Inspiratif kolaboratif pada akun instragram @registrasiotskk.bpom	79

Gambar 4.20 Contoh beberapa konten Interaktif pada akun instagram

@registrasiotskk.bpom 80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Tabel Operasional Konsep	37
Tabel 4.1 Tabel_Template Jawaban Komentar Maupun <i>Direct Message</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Wawancara dengan Informan	96
---	----