

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Pengalaman Informasi

Secara umum pengalaman merupakan sesuatu yang dibangun melalui interaksi individu dengan sebuah fenomena atau peristiwa yang membentuk pengetahuan, sikap dan cara individu memandang dunia. Dengan begitu, pengalaman informasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang dialami oleh individu baik berupa tindakan, pikiran atau perasaan yang berhubungan dengan informasi. (Bruce et al., 2014a) menjabarkan bahwa pengalaman informasi dapat dipahami sebagai cara seseorang mengalami atau memperoleh makna dari cara mereka berinteraksi dengan informasi dan dunia nyata saat mereka menjalani kehidupan dan pekerjaan sehari-hari.

Lebih lanjut mengenai kajian pengalaman informasi, Bruce et al. (2014b) berpendapat

“Researching people’s information experiences take us deeply into their existence, to explore what is experienced as information and how it is experienced, how information is present or appears, and its role and influence”.

Pengalaman informasi menurut perspektif Hughes (2014) adalah seluruh tindakan, pemikiran dan perasaan terkait informasi yang memiliki dimensi sosial dan budaya, dengan memperhatikan bagaimana cara seseorang mengalami

informasi, cara mereka berinteraksi dengan informasi, apa yang dialaminya sebagai informasi, sifat pengalaman mereka terhadap informasi serta pikiran dan perasaan mereka yang berkaitan dengan pengalaman informasi mereka. Sebuah pengalaman dapat dikatakan sebagai pengalaman informasi adalah ketika kaitannya dengan ranah informasi dalam kehidupan sehari-hari (Yu & Liu, 2022). Bruce et al. (2014b) menyebutkan bahwa dengan fokus pada pengalaman memberikan pemahaman holistik tentang keterlibatan individu dengan informasi, dengan mempertimbangkan interelasi antara individu dan dunia mereka yang lebih luas dengan cara menganggap individu dan dunia mereka sebagai sesuatu yang tidak terpisahkan. Dalam perspektif ilmu informasi, pengalaman informasi dilihat sebagai sesuatu yang tak terpisahkan dari keseluruhan pengalaman hidup individu dengan mendorong peneliti untuk mengambil posisi subjektif, yaitu memahami secara langsung dari sudut pandang individu yang menjadi partisipan (Conrad et al., 2020).

Harlan (2014) dalam penelitiannya mengenai pengalaman informasi meyakini bahwa informasi itu bersifat subjektif dan transformatif, di mana informasi itu tidak selalu merupakan objek yang terlihat seperti teks atau simbol visual, dan tidak selalu diungkapkan melalui suara. Informasi bisa berupa sesuatu yang dirasakan, seperti emosi atau reaksi fisik, dan dapat dipahami melalui tindakan nyata. Dalam penelitiannya, Harlan menyebutkan bahwa informasi dialami dalam berbagai cara: *as participation*, *as inspiration*, *as collaboration*, *as process*, dan *as artifact*. Kamil & Laksmi (2023) dalam penelitiannya mendefinisikan pengalaman informasi sebagai keterlibatan seseorang dengan informasi yang tidak hanya

sebatas kebutuhan akan sumber informasi, tetapi bagaimana informasi tersebut mengubah seseorang dalam menggunakan, membagikan, dan menciptakan informasi. Keterlibatan tersebut difasilitasi oleh pengalaman manusia dengan informasi yang ditafsirkan melalui operasi kognitif dan afektif. Berdasarkan penelitian tersebut, pengalaman informasi dipahami sebagai keterlibatan individu dengan informasi yang multidimensi, akan tetapi tidak selalu memberikan dampak positif khususnya dalam situasi *information overload*, yang rawan terhadap misinformasi, disinformasi, dan berita palsu. Dalam penelitian ini, interaksi dengan informasi dapat memicu ketegangan baik secara kognitif maupun afektif akibat ketidakstabilan dan ketidakpastian lingkungan informasi dari individu dan memunculkan dilema pengalaman informasi. Secara kognitif, dilema yang dihadapi berupa keyakinan palsu (*false belief*) dan *ambiguity-based dilemma*. Sedangkan secara afektif, dilema yang dirasakan adalah kecemasan (*anxiety*) dan juga ketakutan (*fear*).

2.1.2 Caregiver Pasien Hemodialisa dan Media Sosial

Pasien hemodialisa adalah pasien yang menderita gagal ginjal kronis dan menjalani prosedur terapi penggantian fungsi ginjal atau dikenal dengan cuci darah (Mayasari & Amelia, 2022). Menurut Kaban et al. (2024) hemodialisa adalah suatu metode pengobatan yang dirancang untuk menghilangkan racun dan produk metabolisme yang ada di dalam tubuh ketika fungsi ginjal terganggu. Pasien yang menderita gagal ginjal kronis harus menjalani terapi hemodialisa sepanjang hidupnya, dan biasanya dilakukan sebanyak 2-3 sesi setiap minggu dengan durasi 3-4 jam per sesi,

atau sampai pasien mendapatkan ginjal baru melalui pencangkokan ginjal (Mayasari & Amelia, 2022).

Lalu *caregiver* sendiri adalah individu yang memberikan perawatan, dukungan dan bantuan pada seseorang yang mengalami kondisi kronis tertentu, disabilitas atau karena faktor usia. *Caregiver* dibagi menjadi dua jenis, yaitu *caregiver* formal dan informal (*family caregiver*) (Hilier & Barrow, 2014). *Caregiver* formal adalah mereka yang berasal dari profesional dan paraprofesional, termasuk tenaga kesehatan, rumah sakit, *daycare centers* dan panti jompo (*nursing homes*). Sedangkan *caregiver* informal (*family caregiver*) adalah mereka yang tidak dibayar dan umumnya merupakan anggota keluarga seperti pasangan, anak, dan saudara, serta teman atau tetangga yang memiliki hubungan yang dekat (Family Caregiver Alliance, 2019). National Alliance for Caregiving (2010) juga mendefinisikan *family caregiver* sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memberikan dukungan fisik, emosional dan bahkan finansial bagi orang lain yang tidak mampu untuk merawat dirinya sendiri karena sakit, cedera atau cacat. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat dipahami bahwa *caregiver* pasien hemodialisa adalah individu yang memberikan perawatan, dukungan dan bantuan bagi pasien gagal ginjal kronis yang menjalani terapi hemodialisa.

Menurut Swartz dan Collins (2019) 90% perawatan yang diberikan kepada pasien kronis dilakukan oleh *caregiver* informal (*family caregiver*), sehingga hampir seluruh tugas membantu mobilitas, komunikasi, perawatan diri, perubahan emosional dan psikologis pasien menjadi tugas keluarga yang menjadi *caregiver*. *Caregiver* dituntut harus mampu menyeimbangkan peran dan tanggung jawabnya

dalam perawatan pasien dengan kehidupannya sendiri (Ariska et al., 2020). Beban yang ditanggung oleh *caregiver* ini mendorong mereka untuk mencari *support group* baik yang bersifat *offline* maupun *online*. Rahayu dan Rahmawati (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa seluruh *family caregiver* yang menjadi responden setidaknya memiliki satu akun media sosial, serta sebagian besar dari mereka membutuhkan *online support group* (OGS) yang mengandalkan eksistensi media sosial dalam kehidupan mereka sehari-hari, yang mana sebanyak 70,1% dari *family caregiver* tergabung ke dalam OGS. Penggunaan media sosial oleh *family caregiver* ini dapat mengindikasikan munculnya pengalaman informasi karena adanya interaksi mereka dengan segala bentuk informasi yang tersaji di akun media sosial mereka masing-masing.

Penelitian oleh El Kheir et al. (2025) mengungkapkan bahwa *caregiver* informal (keluarga) memanfaatkan platform media sosial untuk memenuhi tanggung jawab perawatannya. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa secara garis besar *caregiver* memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi medis, berkomunikasi dengan tenaga kesehatan profesional, konsultasi dan berpartisipasi dalam kelompok dukungan. Lebih jauh lagi, dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang meluas di kalangan *caregiver* menggambarkan adanya adopsi teknologi untuk keberlanjutan praktik *caregiving*. Kemudian penelitian oleh Shoults et al. (2023) mencoba menyelidiki bagaimana *caregiver* menggunakan media sosial untuk mengekspresikan pengalaman, tantangan, dan kebutuhan yang mereka miliki. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *caregiver* menghadapi beban emosional dan psikologis, dan

mereka menjadikan media sosial sebagai wadah untuk mengekspresikan emosi ataupun perasaan yang tidak bisa mereka ungkapkan di kehidupan nyata. Mereka menggunakan media sosial sebagai ruang untuk mencari dukungan emosional, berbagi cerita dengan sesama *caregiver*, dan memperoleh rasa “tidak sendirian” saat menghadapi tantangan selama perawatan. Selain itu, *caregiver* juga menggunakan media sosial untuk mengakses dan berbagi informasi secara cepat dan praktis. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar sarana hiburan, komunikasi atau informasi saja, tetapi menjadi ruang yang vital bagi *caregiver*, yang secara tidak langsung dapat meringankan beban yang mereka rasakan selama menjalankan perannya.

2.1.3 Media Sosial sebagai Sumber Informasi *Caregiver*

Media sosial menurut Andlika dalam Astari (2021) merupakan *platform* yang memberikan peluang bagi pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain melalui proses menciptakan, berbagi dan bertukar informasi, serta menggunakan internet secara virtual untuk membangun koneksi sosial. Selain itu, media sosial merupakan saluran berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi secara fleksibel dan menampilkan diri baik secara langsung maupun tidak langsung, serta saling memperoleh pengalaman interaktif dan manfaat dari konten yang dihasilkan (Carr & Hayes, 2015). Hingga saat ini kehadiran media sosial seperti TikTok, Instagram, WhatsApp, dan YouTube terus mengalami perkembangan dan menawarkan berbagai fitur serta kecanggihan baru, sehingga mendorong berbagai informasi untuk dikemas dalam beragam bentuk konten yang kreatif, baik berupa teks, gambar, dan video.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, maka saat ini media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi antar pengguna saja, tetapi telah berkembang menjadi salah satu sumber informasi yang praktis dan mudah diakses. Penggunaan sosial media sebagai sumber informasi ditemui di berbagai kelompok termasuk *caregiver*. Informasi yang diakses bisa jadi sangat beragam seperti cara perawatan, diet, serta mencari dukungan yang tepat selama menjalankan perannya. Dikatakan bahwa penggunaan media sosial oleh *caregiver* ini sangat efektif karena dapat mengatasi kesenjangan akses terhadap informasi langsung yang dialami *caregiver* sebab melalui media sosial memudahkan mereka untuk mengakses informasi tanpa batas jarak dan waktu (Rahayu & Rahmawati, 2020).

Beberapa penelitian yang mengkaji informasi dan *caregiver* mengungkapkan bahwa mereka menghadapi sejumlah permasalahan ketika memenuhi kebutuhannya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Rutkowski et al. (2021) di mana ia mengkaji tentang perilaku informasi *caregiver* ditemukan bahwa *caregiver* menghadapi permasalahan seperti kebutuhan informasi yang terus berubah seiring dengan perkembangan kondisi pasien, kebingungan karena menghadapi ledakan informasi (*information overload*), serta beban emosional dan kelelahan fisik yang menghambat mereka dalam memenuhi kebutuhan informasi. Penelitian lain oleh Ah-choo et al. (2020) juga menemukan persoalan yang serupa, di mana *caregiver* merasa kesulitan akibat ledakan informasi (*information overload*) dan juga kurangnya dukungan emosional dan sosial. Selain itu, *caregiver* juga merasa informasi yang berfokus untuk kesejahteraan mereka baik mengenai kesehatan mental maupun fisik sangat sedikit.

Permasalahan ini pada akhirnya mendorong mereka untuk mencari dukungan yang tidak hanya berfokus pada kondisi pasien tetapi juga mempertimbangkan aspek emosional dan kesejahteraan mereka sebagai *caregiver* secara menyeluruh. Berbagai permasalahan yang dialami oleh *caregiver* tersebut bukan hanya dilandasi oleh kebutuhan mereka akan informasi, tetapi merupakan bagian penting dari cara mereka mengalami, memahami dan memaknai informasi dalam kehidupan dan peran yang mereka jalani. Oleh sebab itu, dalam permasalahan ini perspektif pengalaman informasi dibutuhkan untuk menggali dimensi emosional, kontekstual dan makna subjektif dari interaksi *caregiver* dengan informasi, dan bukan sekadar mengetahui perilaku atau preferensi pencarian informasi semata.

2.2 Penelitian Sejenis Sebelumnya

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sejenis dengan penelitian ini. Penelitian pertama merupakan penelitian yang dilakukan oleh Coffey et al. (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengalaman dan preferensi *caregiver* dalam memperoleh informasi kesehatan serta hambatan apa yang mereka hadapi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tenaga kesehatan merupakan sumber informasi yang paling dipercaya, sedangkan internet menjadi media yang paling sering digunakan karena mudah diakses. Penelitian ini menyebutkan bahwa pengalaman informasi *caregiver* mencakup proses pencarian, evaluasi, dan pemanfaatan informasi untuk mendukung *caregiving*.

Penelitian terdahulu kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Labibah & Ganggi (2024). Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman informasi

parenting melalui media sosial bagi ibu baru di Jakarta Timur. Temuan dari penelitian di atas secara garis besar mendukung penelitian yang dilakukan oleh Davis sebelumnya, yang mana penelitian ini memberikan pandangan yang lebih luas terkait pengalaman informasi ibu baru di media sosial. Selain itu, temuan ini mengungkapkan apa saja yang dialami oleh ibu muda dalam mencari informasi melalui media sosial, termasuk berbagai interaksi informasi yang dialaminya. Akhirnya, temuan penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat tiga lapisan yang membentuk pengalaman informasi media sosial ibu muda, yaitu terdiri atas karakteristik, dimensi dan kategori dari pengalaman informasi yang dialami selama menggunakan media sosial.

Penelitian terdahulu ketiga adalah penelitian oleh Miller et al. (2019) yang bertujuan menginvestigasi pengalaman informasi sehari-hari individu di twitter. Temuan penelitian ini mengemukakan 12 kategori pengalaman terkait pengalaman informasi individu di twitter, di antaranya *being aware of audiences; making sense of uncertainty; being part of a community; conversing freely; observing the world; having instant sources; being humorous; documenting life moments; being dependent; self-regulating; broadening horizons; dan valuing diverse voices*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman informasi tidak hanya berkaitan dengan proses pencarian dan penggunaan informasi, tetapi juga mencerminkan bagaimana individu merasakan, memaknai dan membangun interaksi dengan informasi dalam keseharian mereka melalui twitter.

Penelitian terdahulu keempat merupakan penelitian oleh Yates & Partridge (2015) dengan tujuan penelitian untuk menyelidiki pengalaman informasi apa yang

dialami oleh masyarakat di media sosial selama bencana alam yang terjadi di Queensland. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa tema utama yang merepresentasikan pengalaman informasi masyarakat, yang memiliki beberapa kesamaan dengan studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Tema tersebut terdiri dari *connected; wellbeing; coping; help; brokerage; journalism; supplementary* dan *characteristics*. Selain mengidentifikasi tema dari pengalaman informasi, penelitian ini juga mengidentifikasi hubungan antara beberapa tema. Pertama, tema *charactersitics* dan *suppplementary* berkaitan dengan bagaimana individu mengalami informasi sebagai objek di ruang media sosial, yang mana ini merujuk pada karakteristik tertentu dari informasi di media sosial dan media sosial sebagai dunia informasi tambahan. Kedua, tema *connected, wellbeing* dan *coping* merujuk pada apa manfaat dari pengalaman informasi di media sosial selama bencana alam tersebut yang dirasakan oleh individu. Ketiga, tema *brokerage, help* dan *journalism* menggambarkan pengalaman informasi individu yang berfokus pada membangun hubungan dan koneksi dengan komunitas yang lebih luas.

Penelitian terdahulu kelima adalah penelitian yang dilakukan oleh Park & Ha (2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji secara empiris sebuah model yang menjelaskan bagaimana pengguna mengalami interaksi informasi di laman media sosial *brand fashion*, yang berujung mendorong keterlibatan konsumen di media sosial *brand* tersebut. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan konsumen (*consumer engagement*) dapat berkembang melalui pengalaman informasi mereka selama berinteraksi dengan

laman *brand*, yaitu ketika pengguna merasa puas secara emosional dan kognitif dengan konten informasi yang ada di laman *brand* (Park & Ha, 2021).

Penelitian terdahulu keenam adalah penelitian yang dilakukan oleh Prasetyawan (2020). Penelitian ini bertujuan untuk menangkap gambaran pengalaman informasi pemilih pemula saat menggunakan media sosial sebagai sarana pembelajaran politik dalam memilih calon presiden dan wakil presiden. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bagaimana pengalaman informasi para pemilih pemula menggunakan media sosial sebagai media untuk mempelajari profil calon presiden, belajar demokrasi dan berpendapat dalam kolom komentar, serta belajar menganalisis dan mengidentifikasi berita palsu seputar pemilu.

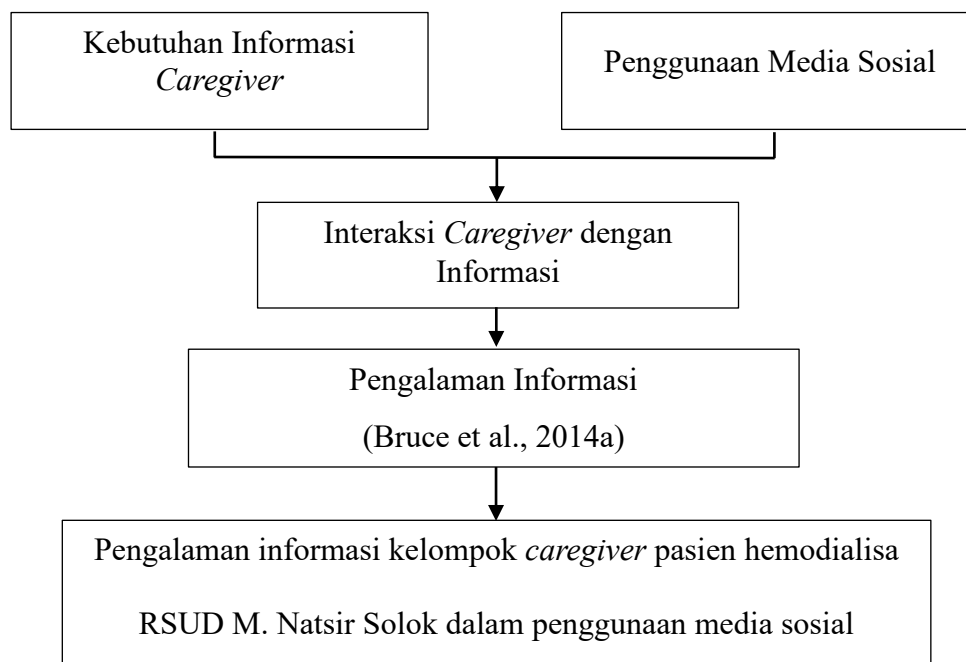
Penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan sebelumnya ditujukan untuk mengidentifikasi sejauh mana penggunaan media sosial dikaji dari perspektif pengalaman informasi. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dihimpun, diketahui bahwa penelitian mengenai pengalaman informasi dalam penggunaan media sosial sudah dilakukan dalam beberapa konteks seperti politik, kesehatan, *parenting*, bencana alam dan juga *marketing*. Meskipun sudah ada kajian dalam konteks kesehatan yang menyoroti pengalaman informasi *caregiver*, namun penelitian serupa masih sedikit dijumpai di kelompok *caregiver* pasien hemodialisa terutama di Indonesia. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sumber informasi oleh *caregiver* juga belum banyak dieksplorasi dari sisi pengalaman subjektif, emosional, dan makna personal yang mereka alami selama berinteraksi dengan informasi. Oleh karena itu, kekosongan ini perlu untuk diisi dengan

mengkaji bagaimana *caregiver* pasien hemodialisa mengalami informasi melalui penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya.

2.3 Kerangka Pikir

Pengalaman informasi dapat ditinjau dari beberapa perspektif, diantaranya adalah fenomenologi, fenomenografi, dan filsafat Dewey. Pengalaman informasi dari perspektif fenomenologi mengadopsi konsep pengalaman hidup yaitu melihat dan memahami secara rinci dan mendalam makna dari pengalaman informasi seseorang. Pengalaman informasi menjelaskan adanya keterikatan antara manusia dengan informasi, seperti cara mereka mengalami dan memperoleh makna dari keterlibatannya dengan informasi dan dunia nyata mereka saat menjalani hidup dan pekerjaan sehari-hari (Bruce et al., 2014a).

Bagan 2. 1 Kerangka Pikir



Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya jumlah individu yang memiliki peran ganda yaitu peran dalam kehidupan pribadinya serta peran sebagai *caregiver* untuk pasien yang menjalani hemodialisa. Peran sebagai *caregiver* ini membawa tantangan tersendiri bagi individu terutama terkait informasi yang relevan yang dapat membantu meringankan beban tanggung jawab mereka. Keterbatasan jarak dan akses terhadap sumber informasi langsung seperti dokter atau tenaga kesehatan lain menjadi penghambat tersendiri bagi para *caregiver* dalam mencari informasi. Di tengah keterbatasan tersebut, media sosial muncul sebagai alternatif sumber informasi yang paling mudah dijangkau.

Fenomena di atas menarik untuk dikaji dari perspektif pengalaman informasi (*information experience*), yang mana nantinya penelitian ini akan berfokus pada bagaimana *caregiver* tersebut mengalami, merasakan, dan memaknai informasi yang ditemui di media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Melalui penelitian ini, pengalaman informasi berusaha digambarkan melalui interaksi informasi yang dialami oleh *caregiver* selama mengakses media sosial. Selain itu, penelitian ini juga ingin menggambarkan bahwa penggunaan media sosial oleh *caregiver* tidak hanya terbatas pada pencarian informasi saja, tetapi membentuk suatu pengalaman kompleks yang melibatkan emosi, kebutuhan, interpretasi dan aksi. Interaksi tersebut menjadi titik krusial dalam memahami bagaimana informasi di media sosial dimaknai oleh *caregiver*.