

ABSTRAK

Latar Belakang : Fenomena pesatnya perkembangan rokok elektronik sebagai permasalahan baru dalam perilaku merokok masyarakat dapat diamati sejalan dengan peningkatan penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi. Peningkatan konsumsi video *online* dan tingginya pencarian informasi vape melalui media sosial Youtube pada masyarakat Indonesia menjadi alasan pentingnya mengangkat kasus ini guna mendapatkan pengetahuan mendalam tentang bagaimana karakteristik informasi yang tersedia sehingga dapat menjadi bahan perencanaan program promosi kesehatan yang efektif melalui pemanfaatan media sosial.

Metode : Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus tipe deskriptif dengan pendekatan *mix method*. Pendekatan kuantitatif dilakukan secara deskriptif untuk mendapatkan data karakteristik informasi video dan mengetahui korelasi antara karakteristik informasi video yang diteliti dengan efektifitas informasi berdasarkan jumlah tayangan, sedangkan pendekatan kualitatif dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam tentang bagaimana karakteristik muatan informasi dalam video

Hasil : Video vape pada Youtube yang memuat informasi aspek kesehatan, paling banyak diunggah pada tahun 2017 (45,58%) dan isi pesan kontra kesehatan (51%) lebih banyak dari pesan pro kesehatan (49%). Genre video yang banyak diunggah adalah genre video clip (32%) dengan frase judul yang dominan berupa pernyataan negatif (47,06%) dengan tipe akun pengunggah didominasi oleh akun personal (70,59%). Hasil analisis bivariat dengan Uji Korelasi Spearman menunjukkan bahwa karakteristik informasi yang mempengaruhi jumlah view sebagai ukuran efektifitas informasi kesehatan terkait rokok elektrik pada Youtube adalah jumlah yang menyukai video (*like*) dengan nilai korelasi 0,8913 ($p=0,0000$), jumlah yang tidak menyukai video (*dislike*) dengan nilai korelasi 0,8817 ($p=0,0000$), skor content MSV dengan nilai korelasi 0,2451 ($p=0,0439$) dan isi pesan dengan nilai korelasi 0,3515 ($p=0,0033$). Hasil analisis kualitatif mendapati daya tarik utama yang digunakan adalah kognitif rasional, dengan penggunaan karakter khusus seperti selebriti vaper dan pakar kesehatan, dan klaim kesehatan yang digunakan merujuk pada lembaga riset, lembaga kesehatan, pendapat pakar, dan eksperimen perbandingan sederhana.

Kesimpulan : Karakteristik informasi yang efektif dalam video vape aspek kesehatan pada Youtube adalah karakteristik respon pemirsa (*Like* dan *Dislike*), karakteristik MSV content, dan karakteristik materi atau isi pesan, daya tarik utama, karakter tokoh, dan informasi kesehatan. Peningkatan pemanfaatan media sosial dalam promosi kesehatan yang memperhatikan kebutuhan sasaran secara aktif dan responsif diperlukan guna mengantisipasi maraknya informasi kesehatan yang tidak tepat dan cepat penyebarannya

Kata kunci : rokok elektronik, Youtube, informasi kesehatan efektif

ABSTRACT

Background: The electronic cigarettes phenomenon as a new problem in people's smoking behavior can be observed in line with the increasing use of social media as a medium for disseminating information. The increasing in online video consumption and the high search for vape information through Youtube social media in Indonesian people is the reason for the importance of investigate this case to gain in-depth knowledge about the characteristics of available information that can be an effective planning for health promotion programs through the use of social media.

Method: This research is a descriptive case study type with a mix method approach. The quantitative approach was carried out descriptively to obtain the characteristic data of video information and to find out the correlation between the characteristics of video information and the effectiveness of information based on the number of view, while the qualitative approach was carried out to obtain a deeper portrayal of the characteristics of the information content in the video

Result: Video vape on Youtube which contains information on health aspects, most uploaded in 2017 (45.58%) and counter health content (51%) more than pro-health content (49%). The most uploaded video genre is the video clip (32%) with the dominant title phrase in the form of a negative statement (47.06%) with the type of upload account dominated by personal accounts (70.59%). The results of bivariate analysis with the Spearman Correlation Test show that the characteristics of information that affect the number of views as a measure of the effectiveness of health information related to e-cigarettes on Youtube are the number of people who *like* videos with a correlation value of 0.8913 ($p = 0.0000$), the amount that is not like video (*dislike*) with a correlation value of 0.8817 ($p = 0.0000$), the MSV content score with correlation value of 0,2451 ($p=0,0439$) and the message content with a correlation value of 0.3515 ($p = 0.0033$). Qualitative analysis found that cognitive rational appeal has been primary persuasive appeal with use special characters such as celebrity vapers and health experts, and health claims used refer to research institutions, health institutions, expert opinion, and simple comparison experiments.

Conclusion: The characteristics of effective information in vape video on health aspects on Youtube are the characteristics of viewers' responses (likes and dislikes), content dimension of MSV, message content, cognitive rational persuasive appeal, character, and also health information. Increasing the use of social media in health promotion that regarding the needs and involvement of the target actively and responsiveness is needed to anticipate the rise of health information that is inaccurate and rapidly spread.

Keywords: electronic cigarettes, Youtube, effectiveness health information