

Efektivitas Kampanye Media sosial dalam Mempengaruhi Persepsi dan Perilaku Pengguna Rokok Elektrik

M Fadhel Nurmidin¹

¹ Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Universitas Sam Ratulangi
Email : fadhelnurmidin@unsrat.ac.id

Abstract

The use of electronic cigarettes among teenagers and young adults is increasing, raising concerns about health risks and potential addiction. This study aims to analyze the effectiveness of social media campaigns in shaping perceptions and influencing the behavior of e-cigarette users. The research employs a literature review method, examining relevant studies published in the last five years. The findings indicate that social media plays a significant role in raising awareness about the dangers of e-cigarettes. Social factors, such as peer influence and family environment, are key determinants in an individual's decision to use e-cigarettes. Additionally, the low level of user awareness regarding health risks highlights the need for stronger education-based campaign strategies. Optimally utilizing social media with evidence-based content and targeted approaches can help reduce the prevalence of e-cigarette use. Government regulations and community-based interventions are also necessary to enhance the effectiveness of these campaigns. With a comprehensive approach, social media campaigns have great potential to change perceptions and behaviors related to e-cigarette use, thereby contributing to improved public health awareness.

Keywords: Social Media Campaigns; E-Cigarettes; Perception; Behavior; Public Health

Abstrak

Penggunaan rokok elektrik di kalangan remaja dan dewasa muda semakin meningkat, menimbulkan kekhawatiran terkait dampak kesehatan dan potensi kecanduan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kampanye media sosial dalam membentuk persepsi serta mempengaruhi perilaku pengguna rokok elektrik. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan meninjau berbagai penelitian relevan yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kesadaran akan bahaya rokok elektrik. Faktor sosial, seperti pengaruh teman sebaya dan keluarga, menjadi determinan utama dalam keputusan seseorang untuk menggunakan rokok elektrik. Selain itu, rendahnya tingkat pemahaman pengguna mengenai dampak kesehatan menunjukkan perlunya strategi kampanye berbasis edukasi yang lebih kuat. Kampanye yang memanfaatkan media sosial secara optimal, dengan konten berbasis bukti dan pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik audiens, dapat berkontribusi dalam mengurangi prevalensi penggunaan rokok elektrik. Regulasi pemerintah serta intervensi berbasis komunitas juga diperlukan untuk memperkuat efektivitas kampanye ini. Dengan pendekatan yang komprehensif, kampanye media sosial berpotensi besar dalam mengubah persepsi dan perilaku pengguna rokok elektrik, sehingga dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran kesehatan masyarakat.

Kata Kunci: Kampanye Media Sosial, Rokok Elektrik, Persepsi, Perilaku, Kesehatan Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Pendahuluan artikel ilmiah ini bertujuan untuk meneliti efektivitas kampanye media dalam membentuk persepsi serta mempengaruhi perilaku pengguna rokok elektrik. Rokok elektrik, yang semakin marak di kalangan remaja dan dewasa muda, telah menjadi perhatian utama dalam kesehatan masyarakat. Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, tercatat bahwa 2,8% populasi Indonesia menggunakan rokok elektrik, dengan mayoritas pengguna berasal dari kelompok usia 10-19 tahun. Kondisi ini memunculkan kekhawatiran terkait dampak kesehatan serta potensi kecanduan yang ditimbulkan (Prasetya, 2023). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kampanye media dapat berperan dalam mengubah persepsi dan perilaku pengguna rokok elektrik.

Kampanye media, baik yang disebarakan melalui platform digital maupun media konvensional, memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik. Penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni (2023) mengungkapkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam membentuk persepsi masyarakat, terutama di kalangan pemilih muda. Dalam konteks rokok elektrik, kampanye yang terstruktur dengan baik mampu meningkatkan kesadaran akan risiko kesehatan yang ditimbulkan serta berkontribusi dalam mengubah sikap dan perilaku pengguna. Hasil penelitian Kusumastuti dan Haeriyah (2021) juga menunjukkan bahwa edukasi kesehatan melalui penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bahaya rokok elektrik.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam kampanye media adalah pemanfaatan media sosial. Studi yang dilakukan oleh Puspitaningrum dan Widati (2022) mengungkapkan bahwa platform seperti Instagram dan Line dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan informasi terkait bahaya rokok elektrik, terutama bagi kelompok mahasiswa yang termasuk dalam kategori rentan. Dengan menggunakan media sosial, kampanye dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta tersegmentasi secara lebih efektif, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih optimal. Selain itu, pemanfaatan simbol budaya dalam pesan kesehatan dapat meningkatkan pemahaman serta penerimaan masyarakat terhadap informasi yang diberikan (Pertiwi et al., 2022).

Namun, efektivitas kampanye media tidak hanya bergantung pada saluran komunikasi yang digunakan, tetapi juga pada kualitas konten serta strategi yang diterapkan. Penelitian yang dilakukan oleh Fu'Ad (2024) menegaskan bahwa evaluasi terhadap pesan kampanye sangat penting guna memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens target. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mendalam terhadap karakteristik audiens serta faktor sosial budaya sebelum merancang kampanye media agar dapat menghasilkan pesan yang relevan serta menarik bagi pengguna rokok elektrik.

Selain itu, faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan sosial juga berperan dalam membentuk perilaku merokok. Penelitian yang dilakukan oleh Devhy dan Yundari (2017) menunjukkan bahwa teman sebaya dan keluarga dapat memengaruhi kebiasaan merokok remaja, baik rokok konvensional maupun elektrik. Oleh karena itu, kampanye media yang efektif harus mengadopsi pendekatan holistik, termasuk edukasi dalam keluarga serta intervensi berbasis komunitas untuk memberikan solusi yang lebih menyeluruh dalam menanggulangi permasalahan ini.

Dalam hal ini, dukungan dari pemerintah serta lembaga kesehatan sangatlah penting untuk meningkatkan efektivitas kampanye media. Hamzah (2021) menekankan bahwa regulasi yang lebih ketat terhadap peredaran rokok elektrik serta program edukasi yang lebih intensif diperlukan guna meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai dampak buruk rokok elektrik. Dengan adanya kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan media, diharapkan kampanye ini dapat lebih efektif dalam mengubah persepsi serta perilaku pengguna rokok elektrik.

Secara keseluruhan, efektivitas kampanye media dalam mempengaruhi persepsi dan perilaku pengguna rokok elektrik sangat dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan, media yang digunakan, serta faktor sosial budaya yang melingkupinya. Penelitian lebih lanjut masih diperlukan untuk mengeksplorasi pendekatan serta strategi terbaik dalam meningkatkan efektivitas kampanye ini, sehingga dapat berkontribusi dalam menurunkan angka prevalensi penggunaan rokok elektrik, terutama di kalangan remaja.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi literatur. Metode ini merujuk pada pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi berbagai penelitian yang relevan dengan fokus topik tertentu. Dalam konteks ini, dasar teori dikembangkan melalui penelusuran literatur dari berbagai sumber terpercaya,

Sebagai pendekatan yang lebih terstruktur, penelitian ini menerapkan metode pemetaan tematik. Pendekatan ini melibatkan langkah-langkah sistematis untuk memastikan pemilihan literatur dilakukan secara objektif dan sesuai dengan prinsip penelitian ilmiah. Dalam pelaksanaannya, metode ini menghindari bias subjektif dalam proses seleksi literatur.

Standar jurnal ilmiah yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada artikel-artikel yang telah menerima akreditasi nasional. Artikel jurnal yang ditinjau diperoleh melalui pencarian dengan kata kunci "pengaruh media sosial", "rokok elektrik" dan "persepsi dan perubahan perilaku" pada

platform *Google Scholar*. Literatur yang dipilih terdiri dari jurnal yang diterbitkan dalam rentang waktu 2019 hingga 2024. Kajian ini bertujuan memberikan tinjauan yang mendalam dan menyeluruh mengenai topik penelitian berdasarkan sumber-sumber terpercaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas kampanye media sosial dalam memengaruhi persepsi serta perilaku pengguna rokok elektrik. Fokus utama terletak pada data dan temuan dari berbagai penelitian yang relevan dalam lima tahun terakhir. Studi menunjukkan bahwa penggunaan rokok elektrik, terutama di kalangan remaja, meningkat secara signifikan. Media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi dan perilaku pengguna terhadap produk ini (Oktavia, 2023; Hamzah, 2021).

Salah satu temuan utama adalah bahwa motivasi penggunaan rokok elektrik bervariasi antarindividu. Studi yang dilakukan oleh Oktavia (2023) mengungkapkan bahwa faktor lingkungan, seperti pertemanan dan keluarga, memiliki pengaruh besar terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan rokok elektrik. Hal ini mengindikasikan bahwa kampanye media sosial yang menargetkan kelompok sosial tertentu dapat lebih efektif dalam mengubah persepsi dan perilaku pengguna. Sementara itu, penelitian Hamzah (2021) menyoroti pentingnya regulasi pemerintah dalam mengawasi peredaran rokok elektrik, yang dapat menjadi bagian dari kampanye media sosial yang lebih luas untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya penggunaannya.

Dalam konteks kesehatan, penelitian oleh Maharani et al. (2021) menemukan bahwa tingkat pengetahuan pengguna mengenai dampak rokok elektrik terhadap kesehatan gigi dan mulut masih rendah, dengan 64% responden memiliki pemahaman yang kurang memadai. Ini menegaskan perlunya kampanye media sosial berbasis edukasi kesehatan guna meningkatkan kesadaran pengguna tentang risiko yang terkait. Selain itu, Widyantari (2023) menekankan bahwa penggunaan rokok elektrik dapat meningkatkan risiko penyakit paru, yang semakin memperkuat urgensi kampanye kesehatan berbasis bukti.

Dari sudut pandang perilaku ekonomi, penelitian Wiyata (2023) menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam pola pengeluaran antara pengguna rokok elektrik dan rokok konvensional. Temuan ini dapat dijadikan acuan dalam merancang kampanye yang lebih efektif dengan menyoroti aspek ekonomi dari berhenti merokok atau beralih ke alternatif yang lebih aman.

Selain itu, penelitian oleh Abdullah et al. (2021) menunjukkan bahwa pengguna rokok elektrik memiliki tingkat ketergantungan nikotin yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna rokok konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye media sosial tidak hanya harus berfokus pada pencegahan penggunaan, tetapi juga perlu mencakup strategi untuk membantu pengguna yang sudah mengalami ketergantungan. Pendekatan yang holistik dapat meningkatkan efektivitas kampanye dalam mengurangi prevalensi penggunaan rokok elektrik di kalangan remaja.

Kampanye media sosial juga dapat memanfaatkan berbagai platform untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Studi oleh Puspitaningrum dan Widati (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media visual dalam kampanye kesehatan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai bahaya rokok elektrik. Oleh karena itu, penting bagi pembuat kebijakan dan organisasi kesehatan untuk mengembangkan konten yang menarik dan informatif yang dapat dibagikan melalui berbagai saluran media sosial.

Evaluasi efektivitas kampanye media sosial juga menjadi aspek krusial. Penelitian Syafira (2020) menunjukkan bahwa persepsi remaja terhadap rokok elektrik sangat dipengaruhi oleh pengaruh teman sebaya dan kemudahan akses. Dengan melakukan evaluasi terhadap hasil kampanye yang telah dilaksanakan, dapat diidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan kampanye, serta area yang perlu diperbaiki untuk strategi di masa mendatang.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa kampanye media sosial memiliki potensi besar dalam memengaruhi persepsi dan perilaku pengguna rokok elektrik. Dengan pendekatan yang tepat, termasuk pemahaman tentang motivasi pengguna, pengetahuan kesehatan, serta pengaruh sosial, kampanye ini dapat berkontribusi terhadap pengurangan penggunaan rokok elektrik di kalangan remaja serta meningkatkan kesadaran akan risiko kesehatan yang terkait.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi dan perilaku pengguna rokok elektrik, terutama di kalangan remaja. Faktor sosial, seperti pengaruh teman sebaya dan keluarga, menjadi pendorong utama dalam keputusan seseorang untuk menggunakan rokok elektrik. Selain itu, rendahnya tingkat pengetahuan tentang dampak kesehatan dari rokok elektrik menunjukkan perlunya kampanye edukatif yang lebih luas. Regulasi pemerintah serta strategi kampanye berbasis data dapat meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan. Dengan pendekatan yang holistik, kampanye media sosial berpotensi besar dalam mengurangi penggunaan rokok elektrik dan meningkatkan kesadaran akan risiko kesehatannya.

SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas kampanye media sosial dalam menekan penggunaan rokok elektrik, diperlukan pendekatan yang lebih strategis dan berbasis bukti. Pemerintah dan organisasi kesehatan sebaiknya memperkuat regulasi serta memanfaatkan media sosial secara lebih optimal dengan konten yang menarik dan edukatif. Kampanye yang menargetkan kelompok sosial tertentu, seperti remaja dan komunitas pengguna rokok elektrik, dapat lebih efektif dalam mengubah perilaku. Selain itu, evaluasi berkala terhadap efektivitas kampanye perlu dilakukan agar strategi yang diterapkan dapat terus disesuaikan dengan perkembangan tren dan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., Setyawan, U., & Fadhila, A. (2021). Perbandingan tingkat ketergantungan antara pengguna rokok konvensional dan pengguna rokok elektronik. *Majalah Kesehatan*, 8(2), 78-86. <https://doi.org/10.21776/ub.majalahkesehatan.2021.008.02.3>
- Devhy, N., & Yundari, A. (2017). Faktor yang berpengaruh terhadap perilaku merokok konvensional dan elektrik pada remaja di kota Denpasar. *Bali Medika Jurnal*, 4(2), 63-72. <https://doi.org/10.36376/bmj.v4i2.5>
- Fu'ad, A. (2024). Evaluasi pesan kampanye Gempur Rokok Ilegal (Studi Kasus pada Kabupaten Demak). *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(8), 4347-4359. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.16029>
- Hamzah, B. (2021). Determinan penggunaan rokok elektrik pada remaja di Kelurahan Mogolaing Kotamobagu. *Jurnal Kesmas (Kesehatan Masyarakat) Khatulistiwa*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.29406/jkkm.v8i1.2466>
- Kusumastuti, N., & Haeriyah, S. (2021). Penyuluhan kesehatan mengenai bahaya rokok elektrik dengan metode ceramah di Desa Uwung Girang, Kecamatan Cibodas, Tangerang. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 618. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i3.4824>
- Maharani, A., Wahyuni, S., & Hanum, N. (2021). Gambaran pengetahuan tentang pengaruh rokok elektrik terhadap kesehatan gigi dan mulut pada komunitas vapor di Kota Palembang. *Jurnal Kesehatan Gigi dan Mulut (JKGM)*, 3(1), 44-47. <https://doi.org/10.36086/jkgm.v3i1.759>
- Nugraheni, C. (2023). Persepsi publik dalam media sosial: Analisis strategi kampanye digital calon presiden Indonesia 2024. *Khatulistiwa Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 3(4), 329-341. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v3i4.2867>
- Oktavia, S. (2023). Motif penggunaan rokok elektrik (vape): Studi kasus mahasiswi Antropologi Sosial FISIP UNTAN. *Sosietas*, 13(1), 13-24. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v13i1.58906>
- Pertiwi, R., Purnamayanti, C., Ramadhania, F., Yulianti, Y., & Sebayang, S. (2022). Study of symbols in Indonesian tradition as an effort to improve the COVID-19 health messages during the pandemic. *Mozaik Humaniora*, 22(2), 269-282. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v22i2.29611>
- Prasetya, R. (2023). Formulasi dan evaluasi likuid vape tanpa nikotin dengan kandungan minyak atsiri peppermint (*Mentha spicata*), jeruk (*Citrus reticulata*), dan lavender (*Lavandula angustifolia*). *Journal of Herbal Clinical and Pharmaceutical Science (Herclips)*, 5(1), 34. <https://doi.org/10.30587/herclips.v5i01.6380>
- Puspitaningrum, E., & Widati, S. (2022). Perbandingan efektivitas Instagram dan Line dalam perilaku bahaya rokok elektrik pada mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 21(1), 22-27. <https://doi.org/10.14710/mkmi.21.1.22-27>

- Syafira, S. (2020). Penggunaan rokok elektrik dan niat merokok (tembakau) di kalangan remaja: Pintu gerbang merokok muda? <https://doi.org/10.31219/osf.io/85kty>
- Widyantari, D. (2023). Dampak penggunaan rokok elektrik (vape) terhadap risiko penyakit paru. *Lombok Medical Journal*, 2(1), 34-38. <https://doi.org/10.29303/lmj.v2i1.2477>
- Wiyata, P. (2023). Perbandingan pengeluaran uang bagi pengguna rokok elektrik (vape) dengan pengguna rokok tembakau serta bahayanya rokok di Kecamatan Kalidoni Kota Palembang. *JURBISMAN*, 1(4), 961-980. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i4.271>