

Analisis pengaruh gratifikasi sosial media terhadap Transactive Memory System (TMS) dalam adopsi informasi kesehatan: Studi kasus pada konten Tiktok mengenai obesitas = Analyze the influence of social media gratification on Transactive Memory System (TMS) in health information adoption: A case study of Obesity-Related iideos on TikTok

Astri Cahyaningtyas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920551082&lokasi=lokal>

Abstrak

Obesitas telah menjadi masalah global yang signifikan dengan prevalensi yang meningkat pesat di berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Obesitas tidak hanya meningkatkan risiko penyakit tidak menular seperti diabetes, penyakit jantung, dan kanker, tetapi juga menyebabkan dampak ekonomi yang signifikan akibat biaya perawatan penyakit terkait. Informasi kesehatan yang akurat dan mudah diakses menjadi krusial dalam upaya pencegahan dan penanggulangan obesitas di Indonesia. Namun, penyebaran informasi yang tidak akurat di media sosial, termasuk platform seperti TikTok, menimbulkan tantangan baru dalam mengedukasi masyarakat tentang obesitas. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa TikTok, sebagai platform yang populer di Indonesia, dapat berpotensi memberikan edukasi kesehatan yang bermanfaat. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan analisis terhadap motivasi adopsi informasi kesehatan dalam mengatasi obesitas, dengan mempertimbangkan gratifikasi yang diperoleh dari konsumsi konten kesehatan di media sosial seperti TikTok. Penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS untuk menginvestigasi hubungan antara faktor-faktor berdasarkan teori Uses and Gratification Theory (UGT) dan Transactive Memory System (TMS) dalam konteks adopsi informasi tentang obesitas melalui media sosial TikTok. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring dengan partisipasi dari 255 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor ini tidak hanya berpengaruh positif signifikan terhadap dimensi TMS, tetapi juga mempengaruhi adopsi informasi yang disampaikan secara efektif. Gratifikasi seperti social interaction dan personalization memiliki pengaruh signifikan terhadap ketiga dimensi TMS (specialization, credibility, dan coordination). Social support merupakan gratifikasi yang paling berpengaruh pada TMS specialization dan coordination. Sementara itu, TMS credibility paling besar dipengaruhi oleh gratifikasi social interaction. Masing-masing dimensi TMS juga berpengaruh signifikan terhadap adopsi informasi kesehatan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana TikTok dapat digunakan secara efektif untuk mendukung upaya edukasi kesehatan masyarakat terkait obesitas di Indonesia.

.....Obesity has become a significant global problem with rapidly increasing prevalence across various age groups, including children, adolescents, and adults. Obesity not only raises the risk of non-communicable diseases such as diabetes, heart disease, and cancer but also imposes significant economic impacts due to healthcare costs associated with related illnesses. Accurate and easily accessible health information is crucial in efforts to prevent and manage obesity in Indonesia. However, the spread of misinformation on social media, including platforms like TikTok, presents new challenges in educating the public about obesity. This research identifies that TikTok, as a popular platform in Indonesia, has the potential to provide beneficial health education. Based on this issue, an analysis was conducted on the motivations for adopting

health information to address obesity, considering the gratifications obtained from consuming health content on social media platforms such as TikTok. The study used the SEM-PLS method to investigate the relationships between factors based on the Uses and Gratification Theory (UGT) and Transactive Memory System (TMS) in the context of adopting information about obesity via TikTok. Data was collected using an online questionnaire with participation from 255 respondents. The analysis results indicate that these factors not only significantly influence the dimensions of TMS but also affect the adoption of information effectively. Gratifications such as social interaction and personalization have a significant impact on the three dimensions of TMS (specialization, credibility, and coordination). Social support is the gratification that most influences TMS specialization and coordination. Meanwhile, TMS credibility is most strongly influenced by the gratification of social interaction. Each TMS dimension also significantly influences the adoption of health information. The findings of this study are expected to provide insights into how TikTok can be effectively utilized to support public health education efforts related to obesity in Indonesia.