

ANALISIS POTENSI PROMOSI PENGENDALIAN PENYAKIT DEMAM BERDARAH DENGUE MELALUI YOUTUBE

(Potential Analysis of Promoting the Dengue Hemorrhagic Fever Prevention Through Youtube)

Mara Ipa¹ dan Agung Dwi Laksono²

Naskah masuk: 22 November 2013, Review 1: 27 November 2013, Review 2: 28 November 2013, Naskah layak terbit: 17 Januari 2014

ABSTRAK

Latar belakang: Menyasati upaya promosi kesehatan dalam hal pengendalian penyakit dengan menggunakan media atau jejaring sosial merupakan sebuah terobosan inovatif bagi sebuah wilayah dengan jangkauan yang sangat luas seperti Indonesia dan bahkan dunia global. Terdapat peningkatan secara signifikan dari jumlah promosi kesehatan yang disebarluaskan melalui platform video pada media sosial, seperti YouTube, Vimeo, dan Veoh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi ketersediaan informasi tentang penyakit demam berdarah dengue (DBD) pada media sosial YouTube dan potensi media sosial YouTube sebagai salah satu media promosi kesehatan untuk penyebaran pengetahuan. **Metode:** Pada penelitian ini situs media sosial yang dipergunakan adalah website atau situs video hosting paling populer di dunia, 'YouTube', dengan kata kunci 'dengue haemorrhagic fever'. Video yang dipilih berkaitan dengan DBD secara langsung, video yang menggunakan Bahasa Inggris yang diikutkan dalam penelitian ini, menggunakan huruf latin dalam keterangan videonya; dengan durasi kurang atau sama dengan 5 menit. Terpilih 76 video yang dianalisis dengan metode analisis isi terhadap isi video. **Hasil:** Penelitian menunjukkan dari 76 video terbagi menjadi kategori pencegahan, pengendalian, penularan, penatalaksanaan, pengobatan DBD, dan kategori lainnya. Kategori informasi lainnya menjelaskan klasifikasi derajat keparahan infeksi virus dengue, vektor DBD (morfologi, bionomik), fase instrinsik virus dengue dan beberapa penelitian yang dilakukan sebagai upaya penemuan vaksin dengue. **Kesimpulan:** Ketersediaan informasi tentang DBD pada media sosial YouTube dirasa masih sangat kurang. **Saran:** Media sosial YouTube sangat berpotensi sebagai salah satu media promosi kesehatan untuk penyebaran informasi tentang DBD.

Kata kunci: DBD, youtube, promosi kesehatan

ABSTRACT

Background: Deal with health promotion efforts in terms of disease control using media or social networking is an innovative breakthrough in a region having a broad range of territory, such as Indonesia and others countries alike. The use of social media /video platforms such as youtube, vimeo, veoh in health promotion has been significantly increased. This study aims to determine the potential availability of information about dengue hemorrhagic fever (DHF) on YouTube social media and social media potential of as a medium for dissemination of knowledge of health promotion. **Methods:** This study used a social media site or website which is the most popular video hosting sites in the world, 'YouTube', with the keyword of 'dengue hemorrhagic fever'. The selected video directly associated with DHF, videos in English that were included in this study using Latin letters in the description of the video; with duration less than or equal to 5 minutes. 76 videos analyzed with content analysis methods. **Results:** Showed that 76 videos divided into categories of prevention, control, transmission, treatment, dengue fever treatment, and other categories. Other information classification categories explain the severity of dengue virus infection, dengue vector (morphology, bionomics), intrinsic phase dengue virus and some research conducted as dengue vaccine discovery efforts. **Conclusion:** The availability of information about dengue on YouTube social media is still very deficient. **Recommendation:** YouTube has the potential of social media as a medium for disseminating health promotion information about dengue.

Key words: DHF, youtube, health promotion

¹ Loka Litbang P2B2 Ciamis, Balitbangkes, Kemenkes RI; Jl. Raya Pangandaran Km³ Babakan, Pangandaran

² Pusat Humaniora, Kebijakan Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat, Balitbangkes, Kemenkes RI; Jl. Indrapura no 17 Surabaya
Email: tiarmara@gmail.com

PENDAHULUAN

Demam Dengue (DD) dan Demam Berdarah Dengue (DBD) adalah penyakit *re-emerging* dan endemis di daerah tropis dan sub tropis. Penyakit DD dan DBD disebabkan oleh empat serotipe virus dengue yang termasuk genus *Flavivirus* yang ditularkan melalui gigitan nyamuk *Aedes aegypti*.

World Health Organization (WHO) melaporkan lebih dari 2,5 miliar orang dari dua per lima populasi dunia saat ini berisiko terinfeksi virus dengue. Jumlah negara yang melaporkan kasus DBD dari tahun ke tahun terus bertambah. Saat ini lebih dari 100 negara di Afrika, Amerika, Mediterania Timur, Asia Tenggara, dan Pasifik Barat merupakan wilayah dengan dampak DBD serius. Diperkirakan 500.000 orang yang terinfeksi DBD memerlukan rawat inap setiap tahun dan proporsi terbesar (sekitar 90% nya) adalah anak-anak berusia kurang dari lima belas tahun, dan mengakibatkan kematian (WHO, 2011).

Di Indonesia sendiri setiap tahun terjadi kejadian luar biasa (KLB) di beberapa provinsi; yang terbesar terjadi pada tahun 1998 dan 2004 dengan jumlah penderita 79.480 orang serta kematian 800 orang lebih (Kusriastuti, 2005). Perluasan wilayah yang melaporkan kasus DBD juga terjadi di Indonesia. Jumlah kabupaten/kota yang menjadi endemis dari tahun ke tahun meningkat. Tahun 2006 hanya 200 kabupaten/kota, sedangkan tahun 2007 menjadi 350 kabupaten/kota dan pada 2010 mencapai 464 kabupaten/kota. Kasus DBD dalam kurun waktu lima tahun pun meningkat. Tahun 2008 tercatat 117.830 kasus dengan 953 kematian (*Case Fatality Rate/CFR* 0,81), tahun 2010 tercatat 156.086 kasus dengan 1.358 kematian (*CFR* 0,87) (Buletin Jendela Epidemiologi, 2010).

Upaya pengendalian DBD yang dilakukan saat ini mengacu kepada kebijakan Kementerian Kesehatan yang menetapkan 5 kegiatan pokok sebagai kebijakan dalam pengendalian DBD yaitu: 1) menemukan kasus secepatnya dan mengobati sesuai prosedur tetap, 2) memutuskan mata rantai penularan dengan pengendalian vektor (nyamuk dewasa dan jentik-jentiknya), 3) kemitraan dalam wadah POKJANAL DBD (Kelompok Kerja Operasional DBD), 4) pemberdayaan masyarakat dalam gerakan Pengendalian Sarang Nyamuk (PSN 3M Plus) dan 5) peningkatan profesionalisme pelaksana program (Ditjen P2PL Depkes RI., 2008).

Berbagai upaya pengendalian DBD memerlukan media promosi agar informasi dapat secara lebih luas menjangkau masyarakat. Salah satu media promosi yang populer saat ini yang memiliki jangkauan ruang dan waktu tak terbatas adalah jejaring sosial. Penyebaran informasi berbasis situs jejaring sosial memberikan keleluasaan pengguna untuk berinteraksi dengan banyak pengguna secara lebih personal yang memberikan keuntungan bagi strategi pemasaran sosial di Internet. Jejaring sosial dalam dunia maya telah muncul sebagai sumber baru untuk mencari informasi, dan juga untuk menciptakan serta bertukar konten (informasi) di antara para pengguna. Peningkatan jumlah secara signifikan telah disebarluaskan pada *platform* video pada media sosial, seperti YouTube, Vimeo, dan Veoh.

Saat ini, sekitar 26% dari remaja berusia 13 sampai 17 tahun membuat dan mengunggah (*upload*) video, dan sekitar 60 jam dari konten diunggah ke *platform video-sharing* YouTube setiap menit, dengan memunculkan lebih dari 4 miliar tampilan halaman baru setiap hari. Saat ini YouTube telah menempatkan diri sebagai media sosial platform video yang populer di kalangan penyedia layanan kesehatan Amerika dan Eropa, bukan hanya sebagai tempat penyimpanan video, tetapi juga sebagai jejaring sosial di mana para pengguna berinteraksi untuk membangun kepercayaan dengan saling berkomentar dan memfavoritkan. Sekitar 100 juta orang setiap minggu mengambil beberapa bentuk aksi sosial di YouTube, misalnya *like* (suka), *share* (berbagi), dan *comment* (komentar) (Abdul, dkk., 2013).

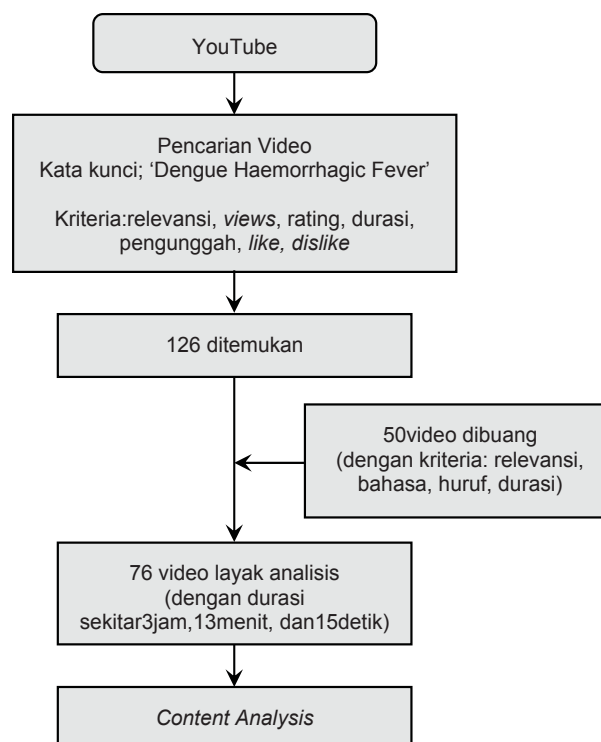
Menyiasati upaya promosi kesehatan dalam hal pengendalian penyakit dengan menggunakan media atau jejaring sosial merupakan sebuah terobosan inovatif bagi sebuah wilayah dengan jangkauan yang sangat luas seperti Indonesia dan bahkan dunia global. Untuk itu diperlukan ketersediaan konten yang bisa memberikan informasi secara benar dan menarik. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini ditujukan untuk mengetahui ketersediaan informasi pencegahan DBD pada media sosial YouTube dan potensi media sosial YouTube sebagai salah satu media promosi kesehatan untuk penyebarluasan pengetahuan informasi tentang DBD, baik tentang informasi pencegahan, pengendalian, penularan, penatalaksanaan maupun tentang pengobatannya.

METODE

Pada penelitian ini situs media sosial yang dipergunakan adalah *website* atau situs *video hosting* paling populer di dunia, 'YouTube', yang beralamat pada <https://www.youtube.com>. Akses situs YouTube dilakukan pada tanggal 4 Maret 2013 dengan kata kunci '*dengue haemorrhagic fever*'.

Daftar video yang akan dilakukan analisis dalam penelitian ini diseleksi dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

- 1) Relevansi dengan substansi; substansi yang dinilai hanya dipilih video yang benar-benar berkaitan dengan DBD secara langsung. Substansi pesan yang dinilai yaitu variabel pencegahan, pengendalian, penularan, penatalaksanaan dan pengobatan DBD dan informasi lainnya. Adapun definisi operasionalnya adalah sebagai berikut:
 - a. Pencegahan: pesan dalam video yang berisi usaha yang dilakukan untuk mencegah penyakit DBD, meliputi apa yang dilakukan agar tidak digigit nyamuk penular.
 - b. Pengendalian: pesan dalam video yang berisi upaya pengendalian vektor penyakit DBD, meliputi pelaksanaan menutup, menguras, dan mengubur (3M).
 - c. Penularan: pesan dalam video yang berisi transmisi penularan infeksi virus dengue.
 - d. Penatalaksanaan dan pengobatan DBD: pesan dalam video yang berisi upaya suportif dan simptomatis terhadap penderita DBD.
 - e. Informasi lainnya: pesan dalam video tidak termasuk dalam kategori pencegahan, pengendalian, penularan, penatalaksanaan, dan pengobatan DBD namun masih terkait penyakit DBD, misalnya mengenai vektor penularnya dan lain-lain.
- 2) Menggunakan Bahasa Inggris; untuk ketersediaan informasi secara global maka hanya video yang menggunakan Bahasa Inggris yang diikutkan dalam penelitian ini.
- 3) Menggunakan huruf latin dalam keterangan videonya; dengan alasan yang sama seperti kriteria sebelumnya, untuk ketersediaan informasi tentang DBD secara global.
- 4) Durasi kurang atau sama dengan 5 menit; Diasumsikan bila video disajikan lebih panjang dari 5 menit maka akan terasa bertele-tele, sehingga menjadi tidak menarik dalam penyampaian informasinya.



Gambar 1. Desain Studi

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut, terpilih 76 video sebagai materi yang akan dikaji siap dilakukan analisis. Selanjutnya dengan metode *content analysis* (analisis isi) peneliti melakukan review terhadap isi video. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan isi video berdasarkan jenis informasi yang dikandungnya. Secara ringkas desain studi dapat dilihat pada Gambar 1.

HASIL

Dengan menggunakan kata kunci '*Dengue Hemorrhagic Fever*' pada laman YouTube, ditemukan *posting* video sebanyak 126 buah. Jumlah sebanyak tersebut diunggah oleh 107 *uploader* (pengunggah). Berdasarkan kriteria seleksi, dari 126 video tersebut, sebanyak 50 video dikeluarkan dari daftar karena tidak memenuhi kriteria.

Selanjutnya *posting* video tentang DBD dikelompokkan berdasarkan karakteristiknya. Secara umum karakteristik tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Persentase *Posting* Video YouTube Demam Berdarah Dengue Berdasarkan Karakteristik, (per tanggal 4 Maret 2013)

Karakteristik Posting Video		Persentase (N = 76)
Waktu <i>Upload</i> (Per tanggal 4 Maret 2013)	< 6 bulan	7,9%
	6 bulan–1 tahun	31,6%
	1–2 tahun	22,4%
	> 2 tahun	38,2%
Durasi (lamanya waktu tayang video)	0,0–1,0 menit	15,8%
	1,1–2,0 menit	28,9%
	2,1–3,0 menit	15,8%
	3,1–4,0 menit	27,6%
	4,1–5,0 menit	11,8%
Views (banyaknya penonton yang telah melihat video)	100–200 views	35,5%
	200–400 views	10,5%
	400–1000 views	9,2%
	> 1000 views	44,7%
<i>Like</i> (jumlah penonton yang menyukai video)	0 like	39,5%
	1–5 like	32,9%
	6–10 like	3,9%
	> 10 like	23,7%
<i>Dislike</i> (jumlah penonton yang tidak menyukai video)	0 dislike	69,7%
	1–5 dislike	21,1%
	6–10 dislike	2,6%
	> 10 dislike	6,6%
Ketersediaan Informasi (jenis informasi tentang DHF yang tersedia)	Pencegahan	9,2%
	Pengendalian	17,1%
	Penularan	23,7%
	Penatalaksanaan	7,9%
	Pengobatan	2,6%
	Informasi lainnya	60,5%

Sumber: Diolah Peneliti dari Statistika Posting Video YouTube

Gambaran umum video tentang Demam Berdarah Dengue pada YouTube laman berdasarkan karakteristik pada Tabel 1. menunjukkan video dengan waktu *upload* > 2 tahun adalah yang paling banyak ditonton (38,2%). Untuk karakteristik durasi waktu, sebanyak 28,9% masyarakat menyukai video dengan durasi 1,1–2.0 menit. Adapun karakteristik banyaknya jumlah penonton yang melihat video, sebagian besar (44,7%) video telah dilihat oleh lebih

dari 1000 orang. Sedang untuk karakteristik *Like* (jumlah penonton yang menyukai video) dan *Dislike* ((jumlah penonton yang tidak menyukai video) pada Tabel 1. menunjukkan sebagian besar masyarakat lebih memilih tidak memberikan komentar terhadap video dengue yang dilihatnya berturut turut adalah 39,5% dan 69,7%.

Karakteristik video berdasarkan ketersediaan informasi menunjukkan jenis informasi yang ada dari 76 video sebagian besar (60,5%) termasuk kategori lainnya. Kategori lainnya yang dimaksud di sini adalah pesan dalam video tidak termasuk dalam kategori pencegahan, pengendalian, penularan, penatalaksanaan, dan pengobatan DBD. Sedangkan kategori informasi lainnya antara lain menjelaskan mengenai klasifikasi derajat keparahan infeksi virus dengue, vektor DBD (morfologi, bionomik), fase instrinsik virus dengue dan beberapa penelitian yang dilakukan sebagai upaya penemuan vaksin dengue.

Dari 76 video didapatkan 30 video yang masuk dalam 5 kategori berdasarkan ketersediaan informasi mengenai pencegahan, pengendalian, penularan, penatalaksanaan dan pengobatan DBD. Selanjutnya berdasarkan ketersediaan informasi disajikan pada Tabel 2. berikut:

1. Pencegahan dan Pengendalian

Salah satu video yang menampilkan informasi tentang pencegahan dan pengendalian ada pada video dengan judul “*CMO on Dengue*” merupakan video berdurasi 3 menit 14 detik dan dilihat oleh 283 orang berada pada *ranking* 47 pada penelitian ini. Diawali dengan pesan persuasif oleh Menteri Kesehatan yang mengajak masyarakatnya untuk memerangi DBD dengan kalimat:

“*Fight Dengue Fever in The Island., need assistant from the number of the public...*”; [Video 47]

Isi dalam video ini yang termasuk kategori pesan tentang transmisi penularan berbunyi sebagai berikut:

“*...Dengue fever is an infectious disease cause by virus, the virus injected into the human by bite of Aedes aegypti mosquito carrying dengue virus...*”; [Video 47]

Selain pesan disampaikan secara verbal juga diperjelas secara visual dengan menampilkan gambar nyamuk *Aedes. aegypti* mulai stadium

Tabel 2. Persentase Ketersediaan Informasi tentang Dengue Hemorrhagic Fever berdasarkan Karakteristik, YouTube (per tanggal 4 Maret 2013)

Karakteristik Posting Video		Ketersediaan Informasi (N = 30)				
		Pencegahan	Pengendalian	Penularan	Penatataksanaan	Pengobatan
Waktu Upload (Per tanggal 4Maret 2013)	< 6 bulan	0,0%	7,7%	0,0%	16,7%	0,0%
	6 bulan–1 tahun	28,6%	30,8%	33,3%	33,3%	50,0%
	1–2 tahun	42,9%	30,8%	11,1%	16,7%	0,0%
	> 2 tahun	28,6%	30,8%	55,6%	33,3%	50,0%
Durasi (lamanya waktu tayang video)	0,0–1,0 menit	14,3%	7,7%	5,6%	0,0%	0,0%
	1,1–2,0 menit	28,6%	38,5%	33,3%	50,0%	50,0%
	2,1–3,0 menit	14,3%	7,7%	11,1%	0,0%	50,0%
	3,1–4,0 menit	28,6%	23,1%	33,3%	0,0%	0,0%
	4,1–5,0 menit	14,3%	23,1%	16,7%	50,0%	0,0%
Views (banyaknya penonton yang telah melihat video)	100–200 views	57,1%	38,5%	22,2%	33,3%	0,0%
	200–400 views	14,3%	7,7%	5,6%	0,0%	0,0%
	400–1000 views	14,3%	15,4%	11,1%	33,3%	50,0%
	> 1000 views	14,3%	38,5%	61,1%	33,3%	50,0%
Like (jumlah penonton yang menyukai video)	0 like	57,1%	38,5%	22,2%	16,7%	0,0%
	1–5 like	42,9%	38,5%	38,9%	66,7%	50,0%
	6–10 like	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	> 10 like	0,0%	23,1%	38,9%	16,7%	50,0%
Dislike (jumlah penonton yang tidak menyukai video)	0 dislike	85,7%	61,5%	44,4%	50,0%	0,0%
	1–5 dislike	14,3%	38,5%	33,3%	50,0%	50,0%
	6–10 dislike	0,0%	0,0%	5,6%	0,0%	50,0%
	> 10 dislike	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%

Sumber: Diolah Peneliti dari Statistika Posting Video YouTube

larva-pupa dan imago. Secara terpisah divisualkan pula gambar-gambar kegawatan akibat DBD yaitu manifestasi klinis pada penderita dengan perdarahan. Sedangkan isi pesan yang berisi informasi pencegahan dan pengendalian berbunyi:

The diseases can be prevented by taking the numbers of major such as: person have to regular inspection once a week go around the home make sure that you don't have any bucket containing water which are open";... "people can also protect themselves by wearing long sleeves clothing" [Video 47]

2. Penularan

Penularan infeksi virus dengue, tersampaikan secara detil baik secara visual dan penjelasannya di video 1 dengan judul "dengue fever". Video 1 merupakan ranking teratas untuk video paling banyak ditonton. Berikut penjelasan tentang penularan infeksi dengue dalam video 1:

"...it takes seven days for mosquito eggs in stagnant water to becoming adult mosquito, the water has to be clean..." "...growth begin from an egg to larvae to pupae and finally to an adult..." only the female Aedes mosquito will find struck blood in order to support production of eggs.." "...when a person has dengue virus in his blood stream, the female will sucking the virus with the



Gambar 2. Tindakan Suportif yang Dilakukan Saat Terinfeksi Virus Dengue. (YouTube Screen shot dengan Judul “How to Prevent and Control Dengue Fever” oleh akun Top Doctor Online)



Gambar 3. Tindakan Simtomatis yang Dilakukan Saat Terinfeksi Virus Dengue. (YouTube Screen shot dengan Judul “How to Prevent and Control Dengue Fever” oleh akun Top Doctor Online)

blood. It will take another 7 to 12 days for the virus...mosquito to reach salivary gland. Once the virus has reach the salivary gland she will be able to transmit the virus to other human host, the risks of dengue tranmission with possibility of the dengue outbreak occurs when the infected mosquito begin to bite many hosts” ; [Video 1]

3. Penatalaksanaan

Penatalaksanaan penderita DBD dibedakan berdasarkan derajat keparahannya dan menjadi acuan dalam rangka mendapatkan penanganan pengobatan yang maksimal. Video “*Dengue on YouTube*” tidak banyak yang menayangkan tentang penatalaksanaan DBD, salah satu video yang menampilkan yaitu video 20 dengan judul “*Dengue Fever*”.

“...The main stay of treatment is timely supported therapy to coup shock due to haemoconcentration and bleeding. Close monitoring vital sign critical period is critical. Increase or fluid intake is recomended to prevent the dehydration. Suplementation with intravenas fluid maybe necessary to prevent dehydration and significant concentration of the blood if the patient is unable to maintain...”; [Video 20]

4. Pengobatan

Belum adanya obat untuk DBD hingga saat ini maka yang bisa dilakukan apabila terinfeksi virus dengue adalah sifatnya suportif dan simtomatis. Pada video 9 dengan judul “*How to prevent and control dengue fever?*”, ditampilkan gambar dengan penjelasan berupa tulisan tanpa suara.

PEMBAHASAN

Ketersediaan Informasi

Posisi media dalam peta komunikasi media massa menjadi penting ketika dihadapkan pada kenyataan bahwa media memiliki fungsi informatif (*to inform*), fungsi mendidik (*to educate*), fungsi hiburan (*to entertain*), dan mempengaruhi masyarakat (*to influence*). Pada praktiknya tidak semua fungsi dapat terfasilitasi (Effendy, 1992). Berdasarkan karakteristik durasi waktu maka video dengan durasi 1,1–2,0 menit merupakan video yang paling disukai. Isi informasi (pesan) kesehatan salah satunya adalah faktor jumlah/kuantitatif isi. Jumlah itu merujuk pada

jumlah waktu yang digunakan dalam hitungan detik, menit, jam untuk membuat berita, film dan lain-lain. Dalam merumuskan pesan yang mengena harus memperhatikan beberapa syarat dan salah satunya adalah pesan harus disampaikan secara jelas dan gamblang, tidak samar-samar. Hal ini berarti diperlukan durasi waktu yang tepat agar pesan tersampaikan dan tidak ditafsirkan menyimpang dari yang dimaksudkan (Widjaya, 2000).

Karakteristik video tentang ketersediaan informasi menunjukkan informasi tentang transmisi penularan DBD paling banyak disukai masyarakat. Hal ini dapat dijelaskan bahwa dalam membuat media promosi perlu memperhatikan komponen komunikasi, salah satunya adalah sasaran promosi (Rice dan Atkin, 2001). Informasi mengenai transmisi penularan yaitu transmisi virus dengue mulai dari siklus hidup nyamuk *Aedes aegypti*, perjalanan virus masuk ke dalam tubuh nyamuk, dan terjadinya transmisi virus menginfeksi manusia sehingga menimbulkan kesakitan merupakan informasi yang paling ingin diketahui masyarakat. Pesan informasi bersifat memberikan keterangan-keterangan atau fakta-fakta kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informasi justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya jika audiens adalah kalangan cendekiawan (Rice dan Atkin, 2001).

Pada Video 47 menampilkan seorang Menteri Kesehatan sebagai penyampai pesan, hal ini memberi kekuatan terhadap penerimaan pesan itu sendiri sehingga lebih diterima oleh masyarakat. Penyampaian pesan dalam komunikasi kesehatan harus diakui bahwa ada perbedaan tanggapan atas pesan dan komunikator. Masyarakat lebih suka atau percaya pada “siapa” yang mengatakan pesan dan bukan pesan itu sendiri. Di sini sebenarnya menunjukkan pesan berhubungan dengan komunikator (Effendy, 1992).

Secara keseluruhan berdasarkan ketersediaan informasi maka informasi mengenai penatalaksanaan dan pengobatan DBD dirasa masih kurang. Hanya 6 dari 76 video yang menyampaikan pesan mengenai penatalaksanaan penderita dengue dan pengobatan. Meskipun sampai dengan saat ini DBD belum ada obatnya namun informasi mengenai tindakan suportif dan simtomatis yang dapat dilakukan terhadap penderita sangat penting, sehingga diharapkan tidak menimbulkan keparahan penyakit. Informasi penatalaksanaan DBD lebih diperuntukkan bagi

tenaga medis dan paramedis dalam menghadapi penderita DBD, namun pesan tersebut dirasa penting untuk disampaikan sebagai panduan bagi masyarakat sehingga penderita tidak terlambat ditangani. Banyaknya jumlah kematian akibat penyakit DBD seringkali adalah karena keterlambatan penanganan pada penderita.

Potensi YouTube sebagai Media Promosi

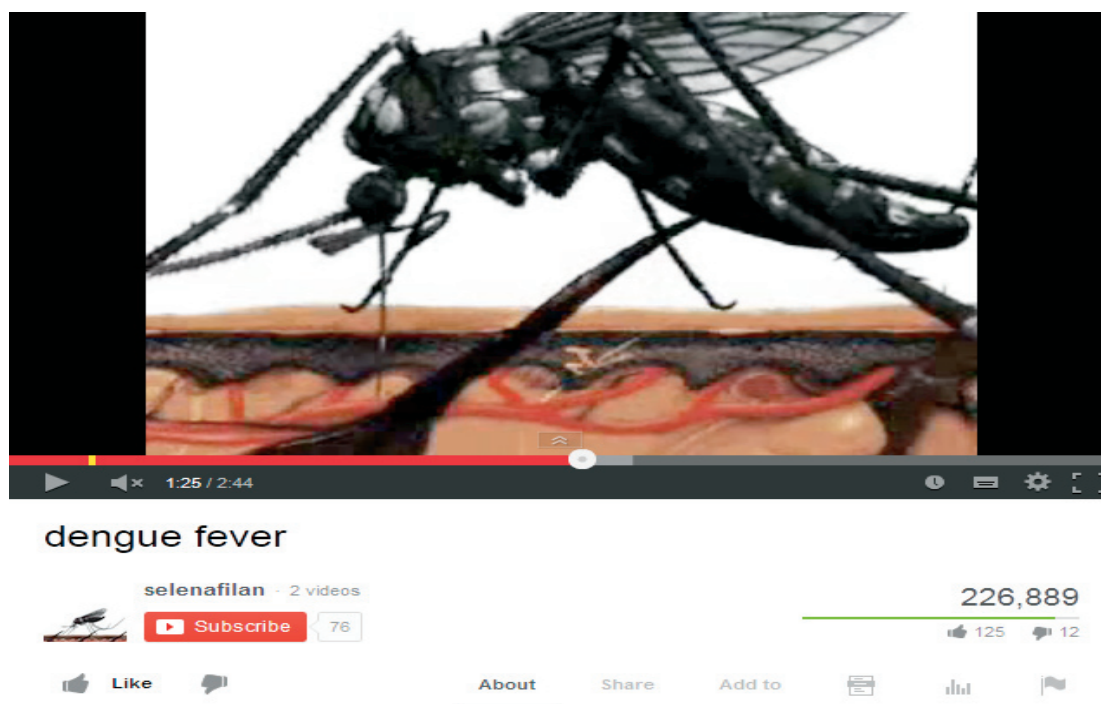
Sebuah posting video berjudul ‘*Dengue Fever*’ yang diunggah oleh Selenafilan mampu mencapai rating tertinggi dalam hal *views*, atau mampu mengumpulkan penonton sebanyak 226.889 penonton per tanggal 4 Maret 2013. Video yang diunggah per tanggal 24 Maret 2008 ini rata-rata ditonton oleh 3.781 penonton setiap bulannya, atau setara dengan 126 penonton setiap harinya. Dengan durasi 2 menit 44 detik, video yang banyak bercerita tentang proses penularan penyakit DBD ini mampu menggerakkan sebanyak 125 penontonya untuk melakukan rating *likes* (menyukai).

Video berjudul ‘*Good News & Drinking Pigs*’ yang menempati peringkat ke-dua dalam rating jumlah penonton terbanyak, mampu mengumpulkan

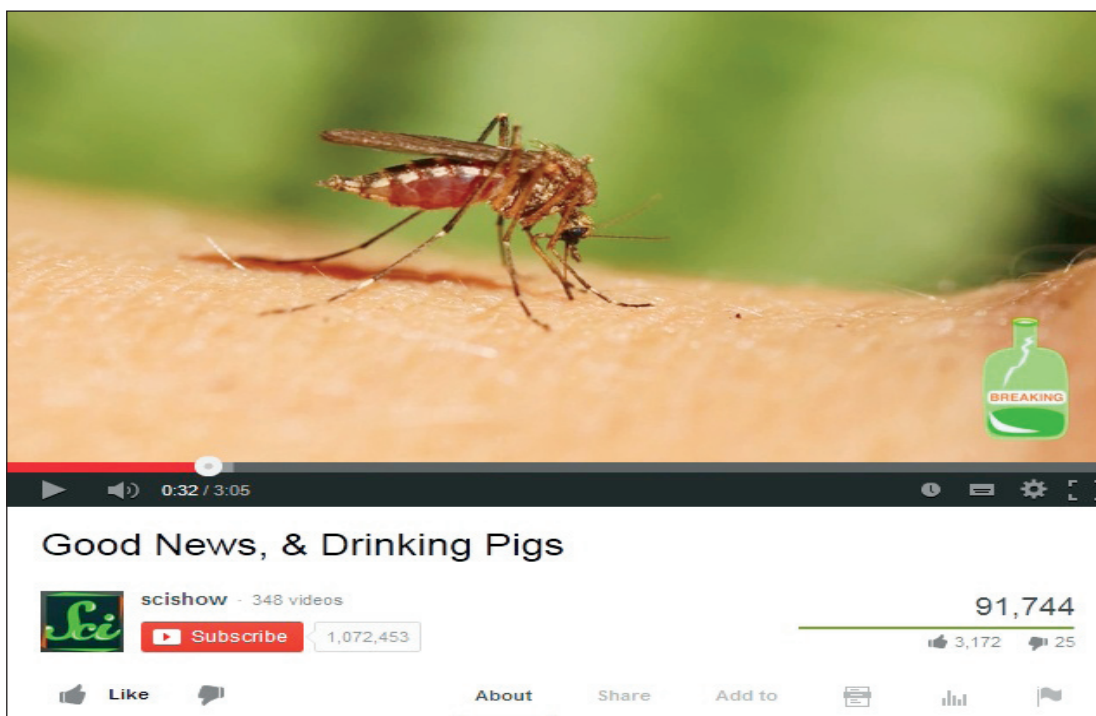
sebanyak 91.744 penonton. Diunggah per tanggal 12 September 2012, video yang berisi tentang *The SciShow Science* yang membawakan beberapa berita baik minggu ini, yang salah satu diantaranya adalah tentang vaksin baru yang dikembangkan untuk penyakit *Dengue Hemorrhagic Fever*.

Video kategori berita ini setiap bulan sejak diunggah pertama kali mampu mengundang 15.290 penonton, atau setara 510 penonton setiap harinya. Dengan durasi video selama 3 menit 5 detik, video yang diunggah oleh Scishow ini secara fantastis mampu menggerakkan penontonya sebanyak 3.171 penontonya untuk melakukan rating *likes* (menyukai), pencapaian rating *likes* ini jauh melebihi video ‘*Dengue Fever*’ yang menempati pemuncak rating *views*.

Pencapaian rating penonton yang melejit dalam waktu yang relatif singkat (6 bulan) oleh Scishow ini tidaklah terlalu mengejutkan. Pada saat penelitian ini berlangsung, jumlah *subscriber* (pengguna YouTube yang menjadi pelanggan akun tertentu, dalam hal ini akun ‘Scishow’) mencapai 1.072.453 orang. Sebuah akun YouTube yang memiliki pengikut dengan jumlah massif, yang layak disebut sebagai akun global.



Gambar 4. YouTube Screen shot dengan Judul “*Dengue Fever*” oleh akun Selenafilan



Gambar 5. YouTube Screen shot dengan Judul “Good News & Drinking Pigs” oleh Scishow

Dengan jumlah penonton yang mencapai puluhan ribu dan bahkan ratusan ribu pada video-video yang berisi informasi tentang DBD membuat potensi media social YouTube sebagai media informasi patut untuk dipertimbangkan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Laksono dan Wulandari (2012) pada media sosial lain (Facebook) yang menyimpulkan bahwa media sosial sangat efektif sebagai sebuah media difusi informasi yang melampaui kendala geografis maupun administratif wilayah.

Potensi YouTube sebagai media social semakin berkembang pesat secara massif seiring dengan upaya YouTube melakukan perkawinan dengan media sosial lain semacam Facebook, Twiter, maupun Blog. Sejak tahun 2009 YouTube menawarkan pada pengguna, kemampuan lain untuk melihat video YouTube pada halaman web di luar situs web YouTube. Setiap video YouTube disertai dengan sebuah *link* HTML yang dapat digunakan atau ditanamkan pada setiap halaman di web lain. Fungsi ini sering digunakan untuk menanamkan video YouTube di halaman jejaring sosial dan blog (YouTube, 2009).

Lebih jauh lagi, saat ini dengan pesatnya perkembangan informasi dan teknologi komunikasi, informasi digital semacam video YouTube menjadi lebih banyak lagi tersedia pada perangkat bergerak (*notebook, smartphone, tab, dll*). YouTube ditanam dalam *gadget* berbasis sistem operasi Android, Windows, Apple, Blackberry maupun sistem operasi *mainstream* lainnya. Hal ini membuat situs-situs jejaring/media sosial lebih berperan sebagai katalis dalam media penyebaran informasi (Abdul, dkk., 2013).

Limitasi

Penelitian ini terbatas pada video yang diunduh dari YouTube per tanggal 4 Maret 2013. Video yang dianalisis juga tidak dilakukan replikasi pada media sosial berbasis video lainnya, sehingga tidak bisa mewakili seluruh posting video kesehatan yang berhubungan dengan DBD di internet, Data video YouTube yang dipergunakan adalah anonim, karena tidak bisa dipastikan identitas pengunggah (*uploader*) videonya, Email yang dipergunakan dalam akun YouTube bisa saja dipalsukan, sehingga karakteristik pengunggahnya tidak bisa dipastikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa ketersediaan informasi tentang DBD pada media sosial YouTube cukup beragam, tetapi dirasa masih sangat kurang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, disarankan Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Kesehatan, bersedia meluaskan jangkauan penyebaran informasi dengan mempergunakan media sosial semacam YouTube maupun media sosial lain. Langkah ini dinilai strategis untuk dilakukan, karena sangat efektif sebagai salah satu media promosi kesehatan untuk penyebarluasan atau difusi informasi tentang Demam Berdarah Dengue (DBD) dengan sasaran yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Shabbir Syed, Luis Fernandez-Luque, Wen-Shan Jian, Yu-Chuan Li, Steven Crain, Min-Huei Hsu, Yao-Chin Wang, Dorjsuren Khandregzen, Enkhzaya Chuluunbaatar, Phung Anh Nguyen, Der-Ming Liou. 2013. Misleading Health-Related Information Promoted Through Video-Based Social Media: Anorexia on YouTube, *Journal of Medical Internet Research*, 013; 15 (2): e30, 2013.
- Buletin Jendela Epidemiologi. 2010. DBD di Indonesia 1968–2009. Jakarta.
- Departemen Kesehatan RI. 2008. Modul Pelatihan Bagi Pelatih Pengendalian Sarang Nyamuk Demam Berdarah Dengue (Psn-dbd) dengan Pendekatan Komunikasi Perubahan Perilaku (Communication For Behavioral Impact). Ditjen P2PL. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchyana. 1992. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Kusriastuti R. 2005. Kebijakan Penanggulangan Demam Berdarah Dengue di Indonesia. Departemen Kesehatan RI. Jakarta.
- Agung Dwi Laksono dan Ratna Dwi Wulandari. 2011. Analisis Potensi Penyebaran Informasi Kesehatan melalui Jejaring Sosial; Studi Kasus pada Forum Jejaring Peduli AIDS. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*. Volume 14, Nomor 4, Oktober 2011.
- Rice, Ronald E. dan Atkin, Charles K. 2001. *Public Communication Campaign*. Sage Publication Inc., California.
- Widjaya HAW. 2000. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Rineka Cipta, Jakarta.
- World Health Organization. 2011. *Comprehensive Guidelines for Prevention and Control of Dengue and Dengue Haemorrhagic Fever*. 2nd Edition. World Health Organization, Geneva.
- YouTube, Sharing YouTube Videos, YouTube, 17 Januari 2009.