

Pengaruh Pesan Kampanye #FDBahasTabu Oleh Female Daily Network Terhadap Sikap Followers Mengenai Vaksin HPV

Oleh Thalia Fildzah Putri Fergitya

ABSTRAK

Media sosial Instagram telah menjadi salah satu saluran utama untuk menyampaikan informasi, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum menyadari pentingnya vaksin HPV sebagai upaya pencegahan kanker serviks yang di Indonesia merupakan penyebab kematian tertinggi kedua setelah kanker payudara. Oleh karena itu, Female Daily Network pun hadir menggunakan media sosial mereka sebagai wadah kampanye untuk meningkatkan kesadaran mengenai vaksin HPV. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pesan kampanye #FDBahasTabu oleh Female Daily Network terhadap sikap followers mengenai vaksin HPV. Penelitian ini menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* untuk menjelaskan bagaimana pesan kampanye dapat mempengaruhi sikap *followers* melalui jalur sentral dan jalur perifer. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei dengan mengambil populasi *followers* Instagram @femaledailynetwork. Sampel penelitian ini terdiri dari *followers* @femaledailynetwork, berusia 20-26 tahun, dan pernah *like* atau *comment* pada unggahan @femaledailynetwork yang berisikan pesan kampanye #FDBahasTabu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan kampanye memiliki 66,6 persen dalam membentuk sikap *followers* terhadap vaksin HPV dan sebanyak 33,4 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pesan kampanye #FDBahasTabu memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap *followers*, oleh karena itu semakin besar pesan kampanye #FDBahasTabu oleh Female Daily Network, semakin tinggi sikap *followers* mengenai vaksin HPV.

Kata Kunci: Vaksin HPV, Pesan Kampanye, Media Sosial Instagram, Female Daily Network.

Influence of Campaign Messages #FDBahasTabu By Female Daily Network Towards Followers' Attitudes About the HPV Vaccine

By Thalia Fildzah Putri Fergitya

ABSTRACT

Social media such as Instagram has become one of the main channels for conveying information, however there are still many people who are not aware of the importance of the HPV vaccine as an effort to prevent cervical cancer, which is the second highest cause of death after breast cancer in Indonesia. Therefore, Female Daily Network is here to use their social media as a campaign platform to increase awareness about the HPV vaccine. This research aims to analyze the influence of campaign messages of #FDBahasTabu by Female Daily Network on followers' attitudes regarding the HPV vaccine. This research uses the Elaboration Likelihood Model theory to explain how campaign messages can influence attitudes of followers via central route and peripheral route. The research method used is quantitative with a survey method of taking the population followers on @femaledailynetwork' Instagram. This research sample consists of @femaledailynetwork followers, 20-26 years old, and have liked or commented in @femaledailynetwork' post that contains the #FDBahasTabu campaign message. The sampling technique used is non-probability sampling with a purposive sampling method. The research results show that campaign messages have 66.6 percent in shaping attitudes of followers against the HPV vaccine and the remaining 33.4 percent was influenced by other factors outside this study. The results of hypothesis testing show that the #FDBahasTabu campaign message has a significant impact on attitudes followers, therefore the greater the #FDBahasTabu campaign message by Female Daily Network, the higher the attitude of followers about the HPV vaccine.

Keywords: HPV Vaccine, Campaign Message, Instagram Social Media, Female Daily Network.