

PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN VISUALISASI METAFORIS KAMPANYE #INTIMACYINPRIVACY TERHADAP SIKAP FOLLOWERS DALAM KONSULTASI KESEHATAN SEKSUAL DARING

ADELA MARITZA ORLANDA ARYA

ABSTRAK

Isu kesehatan seksual masih menjadi topik yang sensitif untuk dibicarakan secara terbuka, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi digital yang mampu menyampaikan pesan secara informatif, aman, dan mudah diterima oleh audiens. Kampanye #IntimacyInPrivacy melalui Instagram @halodoc menjadi salah satu bentuk kampanye digital yang memanfaatkan kualitas informasi dan visualisasi metafora untuk menyampaikan pesan mengenai konsultasi kesehatan seksual daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi dan visualisasi metafora kampanye #IntimacyInPrivacy terhadap sikap followers dalam konsultasi kesehatan seksual daring. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 415 responden yang merupakan followers Instagram @halodoc. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah Elaboration Likelihood Model (ELM), yang menjelaskan proses persuasi dapat terjadi melalui dua jalur, yaitu *central route* dan *peripheral route*. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki nilai koefisien sebesar 8.380 dan visualisasi metafora memiliki nilai koefisien sebesar 7.135 dan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap sikap followers. Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi Elaboration Likelihood Model bahwa sikap audiens dapat terbentuk melalui pemrosesan kognitif terhadap kualitas informasi serta tampilan visualisasi metafora. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi hasil penelitian dengan mengevaluasi variabel lain yang berpotensi mempengaruhi sikap followers dalam konteks kampanye kesehatan digital.

Kata kunci: kualitas informasi, visualisasi metafora, sikap followers, Elaboration Likelihood Model, kampanye digital

THE EFFECT OF INFORMATION QUALITY AND METAPHORICAL VISUALIZATION OF THE #INTIMACYINPRIVACY CAMPAIGN ON FOLLOWERS' ATTITUDES TOWARD ONLINE SEXUAL HEALTH CONSULTATION

ADELA MARITZA ORLANDA ARYA

ABSTRACT

Sexual health remains a sensitive issue to discuss openly, therefore digital communication strategies are needed to deliver messages in an informative, safe, and easily accepted manner by the audience. The #IntimacyInPrivacy campaign through Instagram @halodoc is one form of digital campaign that utilizes information quality and metaphorical visualization to communicate messages about online sexual health consultation. This study aims to examine the influence of information quality and metaphorical visualization in the #IntimacyInPrivacy campaign on followers' attitudes toward online sexual health consultation. This research applied an explanatory quantitative approach using a survey method through the distribution of questionnaires to 415 respondents who were followers of Instagram @halodoc. The sample was determined using purposive sampling technique. The theoretical foundation of this study is the Elaboration Likelihood Model (ELM), which explains that the persuasion process can occur through two routes, namely the central route and the peripheral route. The data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that information quality has a coefficient value of 8.380, while metaphorical visualization has a coefficient value of 7.135, and both variables significantly influence followers' attitudes. Therefore, this study confirms the Elaboration Likelihood Model by showing that audience attitudes can be formed through cognitive processing of information quality and metaphorical visualization. Future research is expected to complement the findings of this study by examining other variables that may influence followers' attitudes in the context of digital health campaigns.

Keywords: information quality, metaphorical visualization, followers' attitudes, Elaboration Likelihood Model, digital campaign