

# INFOGRAPHIC EFFECTIVENESS IN PROMOTING HEALTH FOR SMOKERS AMONG BATAM COMMUNITIES

Deli<sup>1</sup>, Donny<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam

Sei Ladi, Jl. Gajah Mada, Baloi Permai, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29422, (0778) 7437111, E-mail: [deilstan17@gmail.com](mailto:deilstan17@gmail.com)

<sup>2</sup>Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam

Sei Ladi, Jl. Gajah Mada, Baloi Permai, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29422, (0778) 7437111, E-mail: [donnytan123@gmail.com](mailto:donnytan123@gmail.com)

## ARTICLE INFO

Article history:

Received : 28 – November - 2022

Received in revised form : 1 – Desember - 2022

Accepted : 20 – Januari - 2023

Available online : 1 – Maret - 2023

## ABSTRACT

The main goal of this study is to create and analyze effectiveness of poster about the dangers of smoking to people in the city of Batam. The people in the city of Batam who use Instagram is the subject of this study. Multimedia Development Life Cycle (MDLC) is the method used to develop the poster and the analysis is carried by quantitative approach. Stratified Random Sampling method is the technique used in the study to collect samples. Data dissemination was carried out by distributing online questionnaires through various social media platforms. The results obtained from distributing the questionnaires were from 111 respondents. Hypotheses analysis will be carried out using the linear regression test method with the help of the SPSS 25 software. The result of this study is Performance Expectance has no significant influence on Behavioral Intention. Meanwhile Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Condition has influence to Behavioral Intention. The study's findings are believed to be a resource and source of knowledge for readers and academics in the future.

**Keywords:** Infographic, Poster, Danger of Smoking, UTAUT, MDLC.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di jaman yang sudah berkembang pesat ini memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kehidupan. Kita bisa mengakses internet dengan mudah dan mencari informasi-informasi yang dibutuhkan. Menurut artikel [1], pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 202,5 juta jiwa. Jumlah *user* internet di Indonesia bertambah sebanyak 15,5 persen apabila dibandingkan dengan bulan Januari tahun 2020. Jumlah penduduk di Indonesia adalah sebanyak 274,8 juta yang artinya, pengguna internet di Indonesia meningkat hingga mencapai angka 73,7 persen.

Internet digunakan oleh sebagian besar orang untuk mencari informasi melalui sosial media. Sosial media sudah menjadi alat komunikasi efektif. Kebanyakan pengguna media sosial digunakan oleh para kaum remaja. Karena itu, menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan sesuatu menjadi pilihan

*Received : 28 – November - 2022; Received in revised form : 1 – Desember - 2022; Accepted : 20 – Januari - 2023; Available online : 1 – Maret - 2023*

yang cukup baik. Di Indonesia Instagram adalah *platform* sosial yang paling diminati [2]. Ini memotivasi para pebisnis di bidang apapun untuk memanfaatkan sosial media sebagai pilihan untuk mempromosikan produk mereka termasuk Instagram [3]. Media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan informasi tentang pentingnya kesehatan [4].

Pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang kesehatan memiliki beberapa rintangan juga. Begitu banyaknya informasi yang terdapat pada media sosial dapat menyebabkan *information overload* [5]. Walaupun banyak postingan atau informasi yang beredar pada sosial media, tidak sedikit juga beberapa dari informasi yang beredar tersebut adalah informasi yang tidak bisa dipercaya kebenarannya [6]. Perlu di ketahui bahwa pengguna media sosial lebih memperhatikan kualitas konten daripada kuantitas konten yang diposting [7]. Oleh karena itu, sebelum memposting konten kesehatan ke media sosial perlu diketahui terlebih dahulu cara untuk menarik audiens lebih banyak untuk melihat konten yang sudah di posting.

Perilaku merokok merupakan perilaku yang berdampak negatif pada kesehatan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah perokok terbanyak ketiga di dunia [8]. Ini akan menimbulkan dampak buruk bagi kesehatan penduduk Indonesia. Riskesdas menyatakan bahwa perokok di Indonesia terus meningkat, penduduk dengan usia 10-18 tahun memiliki peningkatan yang paling tinggi. Berdasarkan data Riskesdas, perokok di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2013 sebesar 28,9% yang bertambah sebanyak 29,4% pada tahun 2018 [8].

Untuk memenuhi kebutuhan informasi tentang kesehatan untuk masyarakat, peneliti akan memberikan pesan kesehatan yang menarik dan interaktif dalam bentuk konten infografis pada media sosial Instagram. Sangat penting bagi peneliti untuk memperhatikan dan mengevaluasi konten yang akan diposting pada media sosial. Salah satu benefit dari memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyalurkan informasi adalah meningkatkan kesadaran dan menjangkau lebih banyak audiens [9]. Untuk mengetahui konten kesehatan yang dibuat sudah sesuai dengan keadaan pasar atau trend peneliti akan melakukan analisis singkat dengan menggunakan SMA (*Social Media Analytics*). Analisis dengan menggunakan SMA bertujuan untuk mengetahui informasi tentang trends saat ini, masalah yang sekarang sedang terjadi, dan berbagai macam informasi lainnya.

Hal inilah yang memotivasi penulis untuk kemudian melakukan pengembangan dan riset lebih lanjut untuk melanjutkan dan mengembangkan lagi hasil dari penelitian sebelumnya. Tujuan utama dari penelitian adalah penulis akan mengembangkan konten tentang kesehatan bagi perokok dengan metode MDLC yang kemudian konten tersebut akan di posting ke media sosial Instagram. Kemudian, penulis akan melakukan analisis dengan metode kuantitatif dengan model UTAUT terhadap apa dan seberapa besar pengaruhnya terhadap masyarakat di kota Batam.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian [10] berisi tentang efektifitas promosi melalui sosial media oleh CISDI terhadap populasi dengan umur 18 tahun keatas dalam menyampaikan informasi mengenai kesehatan dan pengaruhnya. Metode yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan informasi melalui akun Instagram CISDI menggunakan *audience metrics* dan *individual post* yang didapatkan pada bulan April tahun 2019 – bulan April tahun 2020. Sample dari penelitian ini adalah 162 postingan pada akun Instagram CISDI yang berhubungan dengan topik kesehatan. Hasil penelitian ini menunjukkan, dengan menggunakan sosial media untuk mengkomunikasikan informasi kesehatan memiliki dampak sosial. Penggunaan media sosial bermanfaat bagi CISDI karena melibatkan masyarakat dan mendorong partisipasi kursus.

Penelitian [11] bertujuan untuk mengembangkan media edukasi yang akan dimanfaatkan dalam program studi manajemen proyek TI di STMIK. Metodologi pada penelitian ini adalah metodologi MDLC, yang memiliki 6 fase: konsep, desain, dokumentasi, perancangan, pengujian, dan penyebaran. Hasil dari penelitian ini adalah multimedia edukasi berupa Program Media Pembelajaran IT Project Management pada teori Metode Manajemen Proyek yang dapat dimanfaatkan untuk mempermudah kegiatan belajar dan mengajar antara pengajar dan siswa.

Studi [12] bertujuan untuk mengembangkan *electronic-learning* pada *Adobe Animate Creative Cloud* dengan menerapkan metode MDLC. Metode yang peneliti gunakan untuk mengembangkan *electronic-learning* adalah dengan metode MDLC. Pada studi ini dibuat berbagai media pembelajaran interaktif SARA yang telah baik dan teruji dan media pembelajaran tersebut dibagikan kepada pengguna yaitu guru dan siswa

SMP Bhinneka Tunggal Ika. Kajian ini bermanfaat untuk pembelajaran masyarakat, khususnya terkait dengan keberagaman SARA.

Studi [4] termasuk pengetahuan tentang penggunaan Instagram oleh dokter untuk interaksi sosial dan kesesuaian penggunaan media sosial sesuai dengan etika profesi kedokteran. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dan data penelitian disebarkan kepada informan penelitian yang terdiri dari ahli etika medis, dokter menggunakan media sosial Instagram dan pasien mengikuti akun Instagram dokter tersebut. Hasil yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram oleh dokter untuk membangun interaksi sosial dengan pasien atau masyarakat yang lebih luas masih mengandung unsur promosi yaitu kode dan tenaga medis. Survei membantu menyeimbangkan penggunaan Instagram untuk tujuan pendidikan dan promosi sehingga dokter tidak melanggar Kode Etik Profesi Kesehatan.

Penelitian [13] mengevaluasi penerimaan umum media digital untuk mencari informasi kesehatan. Metodologi studi ini menggunakan model UTAUT yang mengevaluasi akseptabilitas teknologi dan HBM yang mengukur perilaku kesehatan. Hasil studi ini membuktikan Self-Efficacy dan Cues to Action pada model HBM merupakan dua variabel yang sangat mempengaruhi penerimaan internet menjadi sumber informasi kesehatan. Kami menemukan bahwa variabel Social Influence (SI) dan variabel Performance Expectancy (PE) pada model UTAUT juga mempengaruhi penerimaan Internet menjadi sumber informasi kesehatan, meskipun pada tingkat yang lebih rendah daripada SE dan CA. Manfaat dari penelitian ini adalah masyarakat akan lebih percaya terhadap media internet sebagai sumber informasi kesehatan.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Alur Penelitian

Proses penelitian akan berpatokan pada alur penelitian yang telah dirancang oleh penulis yang dimana setiap tahapannya saling berhubungan dan berurutan. alur studi ini dilaksanakan dari penulis melakukan perumusan masalah hingga prosesnya menuju kesimpulan yang ingin dicapai. Berikut merupakan alur penelitian yang dirancang oleh penulis:

1. Merumuskan Masalah

Rumusan masalah dirancang dengan berdasarkan latar belakang dan judul yang digunakan oleh penulis, dari judul dan latar belakang tersebut penulis kemudian merumuskan pertanyaan sesuai topik dan latar belakang yang digunakan pada penelitian ini.

2. Merancang dan Mengembangkan Konten

Pada tahap ini penulis akan merancang dan mengembangkan konten infografis tentang kesehatan bagi perokok.

3. Merancang instrumen penelitian

Langkah selanjutnya setelah merancang dan mengembangkan konten, penulis akan memposting konten yang telah di finalisasi ke *platform* media sosial instagram yang kemudian penulis akan membuat kuesioner untuk para audiens yang melihat konten tersebut.

4. Menyebarkan Kuesioner

Kuesioner yang akan disebarkan terdiri atas 18 pertanyaan yang akan disebarkan melalui *Google Form*.

5. Menganalisis Data

Data yang telah didapatkan dan diolah oleh penulis melalui kuesioner yang telah disebarkan akan dianalisis untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah.

6. Menarik Kesimpulan

Data yang didapatkan oleh penulis setelah menganalisis data akan digunakan oleh penulis untuk menarik kesimpulan yang diharapkan akan menjawab pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah.

#### 3.2 Metode Pengembangan

Pengembangan konten dilaksanakan oleh penulis dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Menurut [11] pengembangan metodologi ini dilakukan dengan melalui enam tahapan, yaitu pengonsepan (*concept*), desain (*design*), pengumpulan bahan (*material collecting*), perancangan (*assembly*), pengujian (*testing*), dan distribusi (*distribution*).

##### 3.2.1 Concept

Pada tahap ini, pertama-tama penulis menentukan tujuan dan menentukan target audiens pada penelitian ini. Tahap *concept* dilakukan dalam dua tahapan sebagai berikut:

**a. Konsep perancangan Proyek**

Pada tahap ini penulis memilih tema tentang bahaya merokok yang akan dikembangkan menjadi konten dalam bentuk poster dan kemudian penulis menentukan target audiens yaitu masyarakat di kota Batam yang menggunakan instagram.

**b. Konsep perancangan Penelitian**

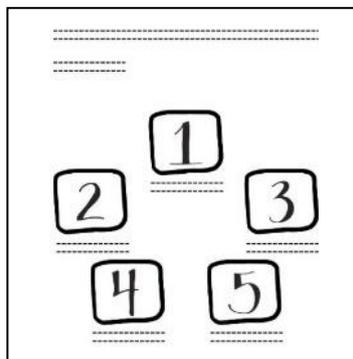
Penulis melakukan analisis kuesioner dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) pada 16 pertanyaan yang akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap 30 data pertama yang didapatkan dari responden.

### 3.2.2 Design

Pada tahap ini, penulis membuat spesifikasi secara jelas mengenai arsitektur proyek dan penelitian yang akan dikerjakan. Tahap *design* dilakukan dalam dua tahapan sebagai berikut:

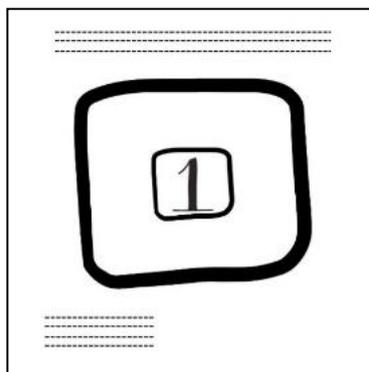
**a. Desain proyek**

Konten akan dirancang mengikuti *storyboard* yang sudah dibangun oleh penulis. Berikut merupakan *storyboard* yang telah dirancang oleh penulis:



Gambar 1. *Layout* poster utama

Gambar diatas merupakan *layout* dari poster bahaya merokok yang akan penulis rancang sebagai poster utama. Bagian atas poster akan berisi judul dari poster yang akan diberikan *font* dan *style* yang menarik dan mudah dibaca, dibawah judul merupakan sub-judul yang merupakan deskripsi singkat mengenai apa isi dari poster yang dirancang. Kotak dengan angka 1-5 pada *layout* diatas merupakan *icon* bahaya yang disebabkan oleh merokok yang akan diberi deskripsi singkat dibawah setiap *icon* pada poster.



Gambar 2. *Layout* poster penjelasan

Gambar diatas merupakan *layout* dari poster penjelasan yang akan penulis rancang dengan memberikan informasi lebih detail mengenai kelima fakta bahaya merokok. Poster akan diberi judul

sesuai dengan bahaya merokok yang ingin dijelaskan pada poster tersebut. Kotak dengan angka 1 akan diberi *icon* sesuai dengan judul pada poster dan dibelakang kotak akan diberi elemen yang berhubungan dengan tema poster. Informasi detail mengenai bahaya merokok akan dijelaskan pada bagian bawah dari *icon* pada poster.

#### b. Desain penelitian

Kuesioner yang disebarakan terbagi menjadi dua bagian yaitu pertanyaan yang mencakup informasi responden seperti umur dan jenis kelamin. Bagian kedua mencakup pertanyaan yang akan diukur dengan menggunakan skala *Likert* 5 poin (1: Sangat Tidak Setuju, 2: Tidak Setuju, 3: Netral, 4: Setuju dan 5: Sangat Setuju). Pertanyaan yang akan disebarakan melalui diambil dari variabel model penelitian, yaitu *Performance Expectancy* dengan notasi PE1, PE2 dan PE3, *Effort Expectancy* dengan notasi EE1, EE2 dan EE3, *Social Influence* memiliki notasi SI1, SI2, SI3 dan SI4, *Facilitating Condition* memiliki notasi FC1, FC2 dan FC3 variabel terakhir adalah *Behavioral Intention* dengan notasi BI1, BI2 dan BI3.

### 3.2.3 Material Collecting

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan semua bahan yang diperlukan oleh penulis dalam menjalankan perancangan proyek dan penelitian. Tahap *material collecting* dilakukan dalam dua tahapan sebagai berikut:

#### a. Pengumpulan bahan Proyek

Penulis mengumpulkan data - data yang akan digunakan oleh penulis untuk mengembangkan konten. Data yang digunakan oleh penulis terbagi menjadi dua bagian, yaitu *primary data* dan *secondary data*.

*Primary data* yang digunakan penulis adalah merupakan alat dan bahan yang akan digunakan oleh penulis untuk mengembangkan konten infografis. Adapun alat yang digunakan oleh penulis dalam mengembangkan konten adalah sebuah laptop dengan merek *lenovo*.

*Secondary data* yang digunakan oleh penulis adalah aset - aset yang seperti informasi kesehatan dan logo - logo yang berhubungan dengan informasi kesehatan tersebut. Yang didapatkan penulis dari berbagai macam sumber yang dimana logo - logo yang digunakan adalah aset yang tidak memiliki hak cipta.

#### b. UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)

Model yang digunakan penulis merupakan referensi dari [13] dengan variabel *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Condition (FC)*, dan *Behavioral Intention (BI)*.

Hipotesis penelitian yang didapatkan berdasarkan model diatas adalah:

- a.  $H^1_0$ : Ekspektasi kinerja tidak mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan
- b.  $H^1_A$ : Ekspektasi kinerja mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan
- c.  $H^2_0$ : Ekspektasi usaha tidak mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan
- d.  $H^2_A$ : Ekspektasi usaha mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan
- e.  $H^3_0$ : Faktor sosial tidak mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan
- f.  $H^3_A$ : Faktor sosial mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan
- g.  $H^4_0$ : Kondisi yang Memfasilitasi tidak mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan
- h.  $H^4_A$ : Kondisi yang Memfasilitasi mempengaruhi keinginan dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi kesehatan

#### c. Perhitungan Populasi dan Sampling

Metode yang digunakan penulis untuk mendapatkan sampel penelitian adalah dengan menggunakan *stratified-random-sampling* dengan populasi yaitu pengguna Instagram di kota Batam. Sampel yang

diperlukan oleh penulis adalah sebanyak 111 sampel dengan *margin error* sebesar 10% dan *confidence level* sebesar 95% dari jumlah populasi sebanyak lebih dari 850.000 pengguna internet di kota Batam.

### 3.2.4 Assembly

Pada tahap ini, setelah penulis mengumpulkan bahan – bahan yang diperlukan pada penelitian ini, penulis kemudian menggunakan bahan tersebut untuk merancang proyek dan penelitian. Tahap *assembly* dilakukan dalam tiga tahapan sebagai berikut:

#### a. Assembly proyek

Setelah semua aset - aset telah terkumpul, penulis kemudian akan melakukan penggabungan dari semua aset yang telah dikumpulkan. Penggabungan aset dilakukan dengan menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2019*. Penggabungan dilakukan dengan menggunakan berbagai macam *tools* seperti *Crop, Slice, Move, Brush*, dan beberapa *tools* yang ada pada *Adobe Photoshop 2019*.



Gambar 3. Assembly konten

#### b. Assembly Kuesioner

Penulis akan menggunakan *Google Form* untuk merancang kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan informasi-informasi yang diperlukan dari para responden yang telah mengisi kuesioner tersebut. Kuesioner dirancang dengan menggunakan *font Times New Roman* dan menggunakan *background* berwarna *Cyan*.

### 3.2.5 Testing

Pada tahap ini, setelah penulis selesai melakukan tahap *assembly* akan dilakukan pengecekan terhadap proyek yang telah dirancang dan kuesioner yang akan disebarakan kepada target audiens. Tahap *testing* dilakukan dalam dua tahapan sebagai berikut:

#### a. Testing proyek

Konten yang sudah selesai dikembangkan akan dilakukan pengecekan apakah desain sudah cukup menarik dan memastikan aset - aset yang digunakan dalam pembuatan konten tidak mengandung *copyright*.

#### b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melanjutkan ke tahapan analisis untuk mengetahui apakah pertanyaan yang disebarakan valid dan reliabel dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 sampel. Hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melakukan uji validitas adalah semua variabel pada kuesioner mendapatkan angka uji korelasi diatas 0.5 yang artinya variabel dinyatakan valid. Hasil yang didapatkan setelah melakukan uji reliabilitas adalah semua variabel pada kuesioner mendapatkan angka diatas 0.6 yang artinya semua pertanyaan pada variabel dinyatakan reliabel.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil (*Distribution*)

Poster bahaya merokok yang dirancang menggunakan bantuan *software Adobe Photoshop CC 2019* akan di posting ke media sosial instagram. Berikut ini merupakan hasil dan penjelasan dari proyek yang telah dirancang oleh penulis.



Gambar 4. Poster utama

Gambar 4 merupakan poster utama yang dirancang pada *Adobe Photoshop CC 2019* dengan *canvas* berukuran 1080 x 1080 *pixels*. Poster diberikan *background* berwarna coklat muda dengan diberikan sedikit tekstur bergaris berwarna putih agar *background* tidak terkesan polos.

Poster berikutnya merupakan poster yang menjelaskan informasi mengenai bahaya merokok dengan lebih detail yang terbagi menjadi 5 poster. Poster pertama merupakan poster yang menjelaskan tentang merokok dapat menyebabkan penyakit *stroke* yang dirancang pada *software Adobe Photoshop CC 2019*. Poster diberikan *background* dengan warna coklat muda yang diberi tekstur bergaris dengan warna putih.

Poster kedua merupakan poster yang menjelaskan tentang zat-zat berbahaya yang terdapat dalam sebatang rokok yang dirancang pada *software Adobe Photoshop CC 2019*. Poster diberikan *background* dengan warna coklat muda yang diberi tekstur bergaris dengan warna putih.

Poster ketiga merupakan poster yang menjelaskan tentang mengapa merokok dapat menyebabkan kanker paru-paru yang dirancang pada *software Adobe Photoshop CC 2019*. Poster diberikan *background* dengan warna coklat muda yang diberi tekstur bergaris dengan warna putih.

Poster keempat merupakan poster yang menjelaskan tentang mengapa merokok dapat menyebabkan diabetes yang dirancang pada *software Adobe Photoshop CC 2019*. Poster diberikan *background* dengan warna coklat muda yang diberi tekstur bergaris dengan warna putih.

Poster kelima merupakan poster yang menjelaskan tentang mengapa merokok dapat menyebabkan kerusakan pada hati yang dirancang pada *software Adobe Photoshop CC 2019*. Poster diberikan *background* dengan warna coklat muda yang diberi tekstur bergaris dengan warna putih.

#### 4.2 Analisis dan Pembahasan

Dalam tahap ini, penulis melakukan analisis dan pembahasan lebih mendalam terkait penelitian yang dilakukan. Analisis penelitian dilakukan oleh penulis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode regresi linear dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi ( $Adjusted R^2$ ). Data yang digunakan adalah informasi yang didapatkan dari 111 responden dari kuesioner yang telah disebar oleh penulis.

##### 4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas yang dilakukan penulis pada penelitian ini adalah dengan mengukur variabel dengan menggunakan *Bivariate Pearson Correlation* yang dimana apabila hasil uji korelasi menunjukkan hasil dengan angka diatas 0.5 maka variabel pada kuesioner dapat dikatakan valid. Berikut adalah hasil dari uji validitas oleh penulis terhadap 111 data yang didapatkan dari responden.

		PE1	PE2	PE3	PE_SUM
PE1	Pearson Correlation	1	.527**	.689**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111
PE2	Pearson Correlation	.527**	1	.567**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111
PE3	Pearson Correlation	.689**	.567**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111
PE_SUM	Pearson Correlation	.853**	.822**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111

Gambar 5. Uji validitas *Performance Expectancy*

Berdasarkan gambar 5, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji validitas pada variabel *Performance Expectancy* adalah PE1 (Pertanyaan 1) menunjukkan angka korelasi 0.853, PE2 (Pertanyaan 2) menunjukkan angka korelasi 0.822 dan PE3 (Pertanyaan 3) menunjukkan angka korelasi 0.887. Ketiga butir pertanyaan pada variabel *Performance Expectancy* mendapatkan angka korelasi  $\geq 0.5$ , maka pertanyaan dalam variabel *Performance Expectancy* dinyatakan valid.

		EE1	EE2	EE3	EE_SUM
EE1	Pearson Correlation	1	.445**	.515**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111
EE2	Pearson Correlation	.445**	1	.544**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111
EE3	Pearson Correlation	.515**	.544**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111
EE_SUM	Pearson Correlation	.762**	.834**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111

Gambar 6. Uji validitas *Effort Expectancy*

Berdasarkan gambar 6, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji validitas pada variabel *Effort Expectancy* adalah EE1 (Pertanyaan 1) menunjukkan angka korelasi 0.762, EE2 (Pertanyaan 2) menunjukkan angka korelasi 0.834 dan EE3 (Pertanyaan 3) menunjukkan angka korelasi 0.851. Ketiga butir pertanyaan pada variabel *Effort Expectancy* mendapatkan angka korelasi  $\geq 0.5$ , maka pertanyaan dalam variabel *Effort Expectancy* dinyatakan valid.

		SI1	SI2	SI3	SI4	SI_SUM
SI1	Pearson Correlation	1	.582**	.596**	.572**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111
SI2	Pearson Correlation	.582**	1	.465**	.565**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111
SI3	Pearson Correlation	.596**	.465**	1	.575**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111	111
SI4	Pearson Correlation	.572**	.565**	.575**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111	111
SI_SUM	Pearson Correlation	.830**	.801**	.806**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111	111

Gambar 7. Uji validitas *Social Influence*

Berdasarkan gambar 7, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji validitas pada variabel *Social Influence* adalah SI1 (Pertanyaan 1) menunjukkan angka korelasi 0.830, SI2 (Pertanyaan 2) menunjukkan angka korelasi 0.801, SI3 (Pertanyaan 3) menunjukkan angka korelasi 0.806 dan SI4 (Pertanyaan 4) menunjukkan angka korelasi 0.835. Ketiga butir pertanyaan pada variabel *Social Influence* mendapatkan angka korelasi  $\geq 0.5$ , maka pertanyaan dalam variabel *Social Influence* dinyatakan valid.

		FC1	FC2	FC3	FC_SUM
FC1	Pearson Correlation	1	.508**	.527**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111
FC2	Pearson Correlation	.508**	1	.616**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111
FC3	Pearson Correlation	.527**	.616**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111
FC_SUM	Pearson Correlation	.796**	.850**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111

Gambar 8. Uji validitas *Facilitating Condition*

Berdasarkan gambar 8, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji validitas pada variabel *Facilitating Condition* adalah FC1 (Pertanyaan 1) menunjukkan angka korelasi 0.796, FC2 (Pertanyaan 2) menunjukkan angka korelasi 0.850 dan FC3 (Pertanyaan 3) menunjukkan angka korelasi 0.864. Ketiga butir

pertanyaan pada variabel *Facilitating Condition* mendapatkan angka korelasi  $\geq 0.5$ , maka pertanyaan dalam variabel *Facilitating Condition* dinyatakan valid.

		BI1	BI2	BI3	BI_SUM
BI1	Pearson Correlation	1	.525**	.552**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111
BI2	Pearson Correlation	.525**	1	.580**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111
BI3	Pearson Correlation	.552**	.580**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111
BI_SUM	Pearson Correlation	.798**	.853**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111

Gambar 9. Uji validitas *Behavioral Intention*

Berdasarkan gambar 9, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji validitas pada variabel *Behavioral Intention* adalah BI1 (Pertanyaan 1) menunjukkan angka korelasi 0.798, BI2 (Pertanyaan 2) menunjukkan angka korelasi 0.853 dan BI3 (Pertanyaan 3) menunjukkan angka korelasi 0.859. Ketiga butir pertanyaan pada variabel *Behavioral Intention* mendapatkan angka korelasi  $\geq 0.5$ , maka pertanyaan dalam variabel *Behavioral Intention* dinyatakan valid.

**4.2.3 Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas yang dilaksanakan oleh penulis pada penelitian adalah dengan mengukur variabel dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* yang apabila hasil uji reliabel menunjukkan angka diatas 0.6 maka variabel pada kuesioner dinyatakan reliabel. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas oleh penulis pada data yang didapatkan dari 111 responden.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	111	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	111	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
.812		3	

Gambar 10. Uji reliabilitas *Performance Expectancy*

Berdasarkan gambar 10, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji reliabilitas terhadap variabel *Performance Expectancy* adalah angka 0.812  $\geq 0.6$ , maka pertanyaan dalam variabel *Performance Expectancy* dinyatakan reliabel.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	111	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	111	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
.746		3	

Gambar 11. Uji reliabilitas *Effort Expectancy*

Berdasarkan gambar 11, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji reliabilitas terhadap variabel *Effort Expectancy* adalah angka  $0.746 \geq 0.6$ , maka seluruh pertanyaan dalam variabel *Effort Expectancy* dinyatakan reliabel.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	111	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	111	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
.834		4	

Gambar 12. Uji reliabilitas *Social Influence*

Berdasarkan gambar 12, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji reliabilitas terhadap variabel *Social Influence* adalah angka  $0.834 \geq 0.6$ , maka seluruh pertanyaan dalam variabel *Social Influence* dinyatakan reliabel.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	111	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	111	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
.786		3	

Gambar 13. Uji reliabilitas *Facilitating Condition*

Berdasarkan gambar 13, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji reliabilitas terhadap variabel *Facilitating Condition* adalah angka  $0.834 \geq 0.6$ , maka seluruh pertanyaan dalam variabel *Facilitating Condition* dinyatakan reliabel.

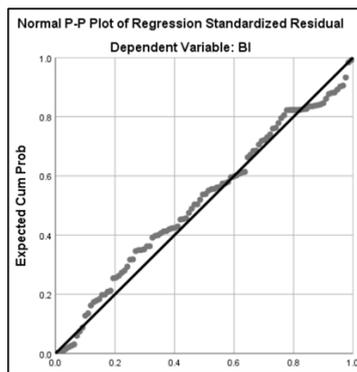
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	111	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	111	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
.783		3	

Gambar 14. Uji reliabilitas *Behavioral Intention*

Berdasarkan gambar 14, hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan uji reliabilitas terhadap variabel *Behavioral Intention* adalah angka  $0.783 \geq 0.6$ , maka seluruh pertanyaan dalam variabel *Behavioral Intention* dinyatakan reliabel.

**4.2.4 Uji Normalitas**

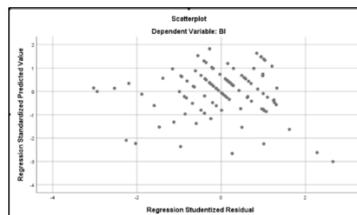
Hasil yang didapatkan oleh penulis setelah penulis melakukan uji normalitas pada seluruh variabel pada kuesioner adalah grafik *Normal P-P Plot* yang bisa dilihat pada gambar 15. Grafik menunjukkan bahwa data tidak tersebar menjauhi garis diagonal, yang dimana hasil ini menunjukkan bahwa data-data kuesioner yang didapatkan dari responden tersebar secara normal dan merata.



Gambar 15. Uji Normalitas

**4.2.5 Uji Heteroskedastisitas**

Hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melakukan uji heteroskedastisitas pada seluruh variabel kuesioner dapat dilihat pada gambar 16. Berdasarkan hasil yang didapatkan dapat dilihat titik-titik *scatterplot* tersebar tanpa membentuk pola, artinya model regresi pada penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.



Gambar 16. Uji Heteroskedastisitas

**4.2.6 Uji Multikolinearitas**

Hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melakukan uji multikolinearitas pada independen terhadap variabel dependen tertera pada tabel 1:

Tabel 1. Uji Multikolinearitas

Independen	Dependen	Tolerance	VIF
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0.686	1.457
<i>Effort Expectancy</i> (EE)		0.663	1.507
<i>Social Influence</i> (SI)		0.794	1.259
<i>Facilitating Condition</i> (FC)		0.637	1.570

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang dilakukan, variabel *Performance Expectancy* mendapatkan nilai toleransi 0.686 dan nilai *VIF* 1.457, variabel *Effort Expectancy* mendapatkan nilai toleransi 0.663 dan nilai *VIF* 1.507, variabel *Social Influence* mendapatkan nilai toleransi 0.794 dan nilai *VIF* 1.259 dan variabel *Facilitating Condition* mendapatkan nilai toleransi 0.637 dan nilai *VIF* 1.570. Seluruh variabel pada kuesioner mendapatkan nilai toleransi  $\geq 0.10$  dan nilai *VIF*  $\leq 10.00$ , artinya model regresi pada penelitian ini tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

#### 4.2.7 Uji T

Hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melakukan uji t pada variabel independen terhadap variabel dependen tertera pada tabel 2:

Tabel 2. Uji T

Independen	Dependen	t	Sig.
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	1.466	0.146
<i>Effort Expectancy</i> (EE)		4.459	0.000
<i>Social Influence</i> (SI)		2.004	0.048
<i>Facilitating Condition</i> (FC)		-2.025	0.045

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melaksanakan uji t, variabel *Performance Expectancy* mendapatkan nilai t 1.466 dan nilai sig. 0.416, variabel *Effort Expectancy* mendapatkan nilai t 4.459 dan nilai sig. 0.000, variabel *Social Influence* mendapatkan nilai t 2.004 dan nilai sig. 0.048 dan variabel *Facilitating Condition* mendapatkan nilai t -2.025 dan nilai sig. 0.045. Berdasarkan hasil uji diatas variabel *Performance Expectancy* mendapatkan nilai sig.  $\geq 0.05$  maka, hipotesis yang diterima adalah  $H^1_0$ , variabel *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* mendapatkan nilai signifikansi dibawah 0.05, yang artinya hipotesis yang diterima pada masing-masing variabel adalah  $H^2_A$ ,  $H^3_A$  dan  $H^4_A$ .

#### 4.2.8 Uji F

Hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melakukan uji f pada variabel independen terhadap variabel dependen tertera pada tabel 3:

Tabel 3. Uji F

Independen	Dependen	F	Sig.
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	10.972	0.000
<i>Effort Expectancy</i> (EE)			
<i>Social Influence</i> (SI)			
<i>Facilitating Condition</i> (FC)			

Berdasarkan hasil uji f yang telah dilakukan oleh penulis, variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating condition* mendapatkan nilai uji f hitung sebesar 10.972 dan nilai signifikansi 0.000, yang artinya variabel independen pada penelitian ini memiliki dampak terhadap variabel dependen.

#### 4.2.9 Uji Koefisien Determinasi

Hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melakukan uji koefisien determinasi pada variabel independe terhadap variabel dependen tertera pada tabel 4:

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Independen	Dependen	R	R <sup>2</sup>
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0.550	0.303
<i>Effort Expectancy</i> (EE)			
<i>Social Influence</i> (SI)			
<i>Facilitating Condition</i> (FC)			

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh penulis setelah melaksanakan uji koefisien determinasi, variabel independen mendapatkan nilai R 0.550 dan nilai R<sup>2</sup> 0.303, yang artinya, variabel independen memiliki dampak sebesar 0.550 (55%) terhadap variabel dependen.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuan studi ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari poster tentang bahaya merokok pada instagram terhadap masyarakat di kota Batam. Penelitian ini dilaksanakan dengan penulis merancang poster

INFOGRAPHIC EFFECTIVENESS IN PROMOTING HEALTH FOR SMOKERS AMONG BATAM COMMUNITIES (*Deli*)

tentang bahaya merokok menggunakan metode MDLC yang dipublikasikan ke *platform* sosial media instagram. Kemudian penulis melakukan analisis dengan pendekatan kuantitatif pada variabel independen (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition*) untuk mengetahui apa pengaruhnya terhadap variabel dependen (*Behavioral Intention*). Berikut merupakan kesimpulan yang didapatkan setelah penulis melakukan analisis pada hipotesis penelitian:

1. Berdasarkan hasil yang didapatkan setelah penulis melakukan analisis dengan metode regresi linear, hasilnya adalah *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention*. Penelitian ini menyatakan bahwa poster yang berkaitan dengan bahaya merokok tidak mempengaruhi seseorang untuk mencari informasi tentang bahaya merokok lebih dalam lagi pada instagram. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [13].
2. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa variabel *Effort Expectancy* mempengaruhi variabel *Behavioral Intention*. Penelitian ini menyatakan bahwa kemudahan dalam mencari informasi bahaya merokok yang jelas dan mudah dipahami pada instagram seseorang dapat mempengaruhi keinginan untuk mencari informasi tambahan mengenai bahaya merokok pada instagram. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [13].
3. Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Social Influence* mempengaruhi variabel *Behavioral Intention*. Penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh dari keluarga, teman dan lingkungan sekitar dapat mempengaruhi agar seseorang ingin mencari informasi lebih dalam mengenai bahaya merokok pada instagram. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [13].
4. Penelitian ini juga membuktikan bahwa variabel *Facilitating Condition* mempengaruhi variabel *Behavioral Intention*. Penelitian ini menyatakan bahwa infrastruktur dan pengetahuan seseorang untuk mencari informasi dapat mempengaruhi agar seseorang ingin mencari lebih banyak informasi tentang bahaya merokok pada instagram. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [13].

Dengan hasil penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memperkaya pengetahuan masyarakat di kota Batam mengenai bahaya merokok dan juga efektifitas dari poster bahaya merokok. Melalui hasil ini dapat diketahui bahwa poster yang telah dirancang oleh penulis tidak mempengaruhi seseorang untuk mencari informasi lebih mengenai bahaya merokok. Namun, kemudahan dalam mencari informasi yang jelas dan mudah dipahami, pengaruh dari keluarga dan kemahiran dalam mencari informasi dapat mempengaruhi seseorang untuk mencari informasi lebih dalam mengenai bahaya merokok.

Saran yang diberikan oleh penulis terhadap peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk calon peneliti selanjutnya, diharapkan dapat merancang poster dengan lebih baik dengan mencantumkan informasi – informasi mengenai kesehatan bahaya merokok atau topik lainnya.
2. Calon penulis yang ingin merancang poster tentang informasi kesehatan diharapkan bisa mencakup daerah luas agar poster tentang kesehatan dapat tersebar lebih luas lagi dan menambah objek penelitian.
3. Untuk calon penulis berikutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian dan memperdalam pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. P. Riyanto, "Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta," *tekno.kompas.com*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> (accessed Nov. 03, 2021).
- [2] C. Stephanie, "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia 'Melek' Media Sosial," *KOMPAS.com*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> (accessed Nov. 03, 2021).
- [3] B. Handayani, F. Moekahar, Y. Daherman, and M. H. Alfani, "Social Media Marketing Sebagai Sarana Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Socio-Technopreneurship Di Universitas Islam Riau," *J. Ris. Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 177–193, 2020, doi: 10.38194/jurkom.v3i2.163.
- [4] A. Sapotri and S. T. Pannindriya, "Geliat Interaksi Sosial Dokter Masa Kini Melalui Media Sosial Instagram," *Bricol. J. Magister Ilmu Komun.*, vol. 5, no. 02, p. 121, 2019, doi: 10.30813/bricolage.v5i2.1884.
- [5] E. Whelan, A. K. M. N. Islam, and S. Brooks, "Applying the SOBC paradigm to explain how social media overload affects academic performance," *Comput. Educ.*, vol. 143, no. November 2018, p. 103692, 2020, doi: 10.1016/j.compedu.2019.103692.

- [6] C. Juditha, "AGENDA SETTING PENYEBARAN HOAKS DI MEDIA SOSIAL," vol. 22, no. 2, pp. 155–168, 2019, doi: 10.20422/jpk.v22i2.669.
- [7] D. Untari and D. E. Fajariana, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)," *Widya Cipta J. Sekr. dan Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 271–278, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>.
- [8] M. Nabila, "Perokok Aktif di Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia," *lifestyle.bisnis.com*, 2021. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210601/106/1400053/perokok-aktif-di-indonesia-terbanyak-ketiga-di-dunia> (accessed Dec. 19, 2021).
- [9] A. Pourkhani, K. Abdipour, B. Baher, and M. Moslehpour, "The impact of social media in business growth and performance: A scientometrics analysis," *Int. J. Data Netw. Sci.*, vol. 3, no. 3, pp. 223–244, 2019, doi: 10.5267/j.ijdns.2019.2.003.
- [10] O. F. W. Mukti and N. K. Putri, "Social Media Analytics: Instagram Utilization for Delivering Health Education Messages to Young Adult in Indonesia," *J. PROMKES*, vol. 9, no. 1, p. 36, 2021, doi: 10.20473/jpk.v9.i1.2021.36-43.
- [11] M. Mustika, E. P. A. Sugara, and M. Pratiwi, "Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle," *J. Online Inform.*, vol. 2, no. 2, p. 121, 2018, doi: 10.15575/join.v2i2.139.
- [12] Ninuk Riswandari, Nurma Yuwita, and G. Setiadi, "Pengembangan E-Learning Menggunakan Adobe Animate Creative Cloud Dengan Penerapan Metode Multimedia Development Life Cycle (Mdlc)," *Akad. J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 76–92, 2021, doi: 10.51339/akademika.v3i1.310.
- [13] H. Widiyanto, A. R. Pratama, and R. Kurniawan, "Analisis Faktor Penerimaan Media Internet sebagai Sumber Informasi Kesehatan dengan Model UTAUT dan HBM," vol. 5, pp. 1470–1478, 2021, doi: 10.30865/mib.v5i4.3292.