

Pengaruh Konten Naratif di Media Sosial terhadap Niat Menjadi Pengguna Layanan Telemedisin Online di Indonesia = The Influence of Narrative Content in Social Media on Intention to be Online Telemedicine User in Indonesia

Dina Andriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20523026&lokasi=lokal>

Abstrak

Sejak pandemi COVID-19, layanan telemedisin di Indonesia semakin marak digunakan. Untuk semakin meningkatkan penjualan, para penyedia layanan telemedisin turut melakukan aktivitas komunikasi pemasaran di dunia digital, tak terkecuali di Instagram. Penelitian ini bermaksud untuk meneliti pengaruh konten yang diunggah di Instagram Alodokter sebagai salah satu penyedia layanan telemedisin di Indonesia terhadap niat pengikutnya menjadi pengguna, menggunakan dua konsep kunci dari Paradigma Naratif Walter Fisher (1984), yakni Koherensi Naratif dan Kesetiaan Naratif. Analisis faktor menunjukkan temuan baru, yakni pengelompokan lima variabel yang berbeda dari Paradigma Naratif Walter Fisher: Hasil & Konsekuensi dari Konsumsi Narasi, Kualitas Narasi & Nilai yang Terkandung, Relevansi Narasi, Karakter dalam Narasi, serta Kesesuaian dengan Narasi Serupa. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara hasil & konsekuensi dari konsumsi narasi, kualitas narasi & nilai yang terkandung, karakter dalam narasi, serta kesesuaian dengan narasi yang serupa konten Instagram Alodokter terhadap niat pengikutnya menjadi pengguna aplikasi Alodokter, sementara relevansi narasi ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap munculnya niat menjadi pengguna.

.....Since the COVID-19 pandemic, telemedicine service use in Indonesia is increasing. To further increase sales, telemedicine service providers perform digital marketing communication activities, including Instagram. This study intends to examine the effect of content on Alodokter's Instagram, one of the telemedicine service providers in Indonesia, on their followers' intention to become their users, using two key concepts from Walter Fisher's Narrative Paradigm (1984): Narrative Coherence and Narrative Fidelity. Factor analysis revealed new findings, a new grouping of five different variables from the Walter Fisher's Narrative Paradigm: Outcomes & Consequences of Narrative Consumption, Narrative Quality & Contained Values, Narrative Relevance, Characters in Narratives, and Conformity with Similar Narratives. The results showed that there was an influence between the results & consequences of narrative consumption, the quality of the narrative & the values contained, the characters in the narrative, and the conformity of the narrative similar to Alodokter's Instagram content on the followers' intention to become users of the Alodokter app, while the relevance of the narrative was found to have no significant effect on intention to become a user.