

**DESCRIPTION OF THE SOCIAL MEDIA USE FOR SEARCHING
INFORMATION ABOUT MEDICINE IN THE PHARMACY STUDENT
OF ISLAMIC UNIVERSITY OF INDONESIA**

Miftahurrahman

Departmen of Pharmacy

ABSTRACT

Social media users has increased as the internet grows, social media can be used to search for drugs information. S1 and Diploma students are ranked two in internet users (79.23%). The research aims to know the general description of the intensity, purpose then main social media used and to know the overview of the use of social media in search of information related to description, pharmacology, toxicology and The use of drug therapy among students S1 pharmacy. The type of research is survey research using S1 Pharmacy students of Islamic University of Indonesia as respondents. Data collection using a questionnaire containing 12 questions about the general overview of social media use and the description of drug information search on social media. Data analysis is done in a descriptive. Target respondents were 492 students (86,78%), with response rate 427 responden. From 427 respondents, 214 respondents (50.1%) were Age \leq 20 years and as many as 357 respondents (83.6%) were Female. Nearly half of the respondents used social media more than ten hours (52.2%) with frequency of checking every hour. A total of 427 students (100%) Use social media to search for information. The main social media used to search drugs information was YouTube as much as (54.1%) With the search for drugs related information descriptions (cases or related events in the form of abuse, misuse, poisoning, and drug allergies) as much (93%).

Keyword : Social media, Drugs infromation, Pharmacy students.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini situs jejaring sosial atau yang biasa disebut dengan media sosial banyak sekali jenisnya. Diantara yang paling populer adalah Facebook, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Twitter dan YouTube (Duggan dkk, 2015). Situs Media sosial memiliki jumlah pengunjung (*visitor*) yang relatif lebih besar daripada situs lainnya dan memiliki kecenderungan untuk terus meningkat (Duggan dkk, 2015). Media sosial banyak digunakan untuk berbagai tujuan seperti kesenangan yaitu digunakan sebagai media penyaluran hobi dan menghabiskan waktu. Media sosial sebagai media komunikasi dan informasi yaitu digunakan untuk berbagi pengetahuan secara interaktif dengan teman yang tergabung di dalam network dan transaksi yaitu digunakan untuk tujuan jual - beli produk, pemasaran, *after-sales services* dan sebagainya didalam media sosial (Sopiah, 2013; Pempek dkk, 2009; Boyd & Ellison, 2007).

Penggunaan media social oleh organisasi besar dan perusahaan farmasi mengalami perkembangan besar. Penggunaan media sosial di organisasi farmasi seperti *American Association of Colleges of Pharmacy (AACCP)*, *American Society of Health-System Pharmacists (ASHP)*, dan *American Pharmacists Association (APA)* juga menggunakan facebook dan twitter sebagai media dalam menyampaikan ilmu-ilmu terkait pengobatan (Pavnit dkk, 2011), sedangkan penggunaan media sosial untuk kegiatan akademik, digunakan facebook sebagai platform untuk pembelajaran aktif oleh mahasiswa farmasi. Sebagai contohnya, siswa farmasi yang menggunakan facebook dalam ilmu farmakoterapi geriatrik, mereka menganggap platform tersebut sebagai aset berharga bagi kelas karena menyediakan tempat untuk berdiskusi dan hal ini dapat meningkatkan hubungan antar siswa (Estus, 2010).

Berdasarkan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia tahun 2017 oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), mahasiswa S1 atau Diploma menduduki peringkat ke dua terbanyak pengguna internet yaitu 79,23%, berdasarkan durasi penggunaannya per-minggu digunakan 65,98% setiap harinya, berdasarkan layanan yang diakses, media sosial berada di tingkat ke-dua yaitu 87,13% (APJII, 2017).

Dalam teori *Knowledge Management* (KM) berbagi pengetahuan adalah salah satu kunci untuk menciptakan individu – individu yang memiliki *skill* dan kompetensi yang handal. Melalui berbagai aplikasi dan teknologi baru, sarana pertukaran informasi dan pengetahuan dapat terjadi atau terlaksana walaupun terkendala oleh jarak yaitu dengan salah satu teknologi yang menjanjikan adalah internet dengan fasilitas media sosialnya (Hemsley, 2013).

Standar Kompetensi Apoteker Indonesia yang ditetapkan oleh Ikatan Apoteker Indonesia (IAI) pada tahun 2016 menyatakan bahwa salah satu dari isi standar apoteker Indonesia yaitu memberikan informasi yang tepat, jelas dan tidak bias terkait keamanan sediaan farmasi dan alat kesehatan yang digunakan pasien. Informasi terkait dapat didapatkan dari berbagai sumber salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan media perwujudan dari *Internet of Things and Services* (IoT dan IoS) yang dibawa oleh Revolusi Industri 4.0. Berdasarkan Schlechtendahl dkk (2015), menekankan Revolusi Industri 4.0 kepada unsur kecepatan dari ketersediaan informasi, yaitu sebuah lingkungan industri di mana seluruh entitasnya selalu terhubung dan mampu berbagi informasi satu dengan yang lain. Media sosial yang digunakan sebagai tempat untuk menyampaikan dan memberikan informasi satu dengan lainnya secara luas. Perkembangan teknologi memaksa individu untuk bersaing agar mampu menjaga eksistensinya. Hal ini, perlu menjadi perhatian khusus bagi kaum admisi untuk terus meningkatkan skill dan kualitasnya untuk dapat bersaing dalam Revolusi Industri 4.0 (Raymond, 2016).

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Indonesia dengan subyek mahasiswa angkatan 2015 sampai dengan angkatan 2018 aktif atau yang sedang menempuh S1 Farmasi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui gambaran penggunaan media sosial dalam penelusuran informasi tentang obat.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah gambaran umum terkait intensitas, tujuan, jenis informasi yang dicari dan media sosial utama yang digunakan oleh mahasiswa S1 Farmasi Universitas Islam Indonesia?
2. Bagaimanakah gambaran penggunaan media sosial untuk mencari informasi terkait deskripsi, farmakologi, toksikologi dan penggunaan terapi obat di kalangan mahasiswa S1 Farmasi Universitas Islam Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Gambaran umum terkait intensitas, tujuan dan media sosial utama yang digunakan oleh mahasiswa S1 Farmasi Universitas Islam Indonesia.
2. Mengetahui Gambaran Penggunaan media sosial untuk mencari informasi terkait deskripsi, farmakologi, toksikologi dan penggunaan terapi obat di kalangan mahasiswa S1 Farmasi Universitas Islam Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis berharap dapat bermanfaat bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian yang dapat meningkatkan manfaat penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa farmasi.

b. Dosen atau Pengajar

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai data gambaran terkait penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa khususnya Mahasiswa Farmasi Universitas Islam Indonesia yang nantinya akan mengembangkan metode pembelajaran.

c. Mahasiswa Farmasi

Penulis berharap dengan dilakukan penelitian ini, akan menarik perhatian lebih dari mahasiswa Farmasi untuk meningkatkan manfaat penggunaan media sosial dengan beberapa cara diantaranya menggunakan media sosial sebagai media penelusuran informasi obat dan penyebaran informasi obat.

BAB II
STUDI PUSTAKA
2.1 TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1 Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Dari pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial (Mulawarman dan Nurfitri, 2017). Berdasarkan Errika D (2011) media sosial dikatakan sebagai *New Media*. *New Media* merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactiviy, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. (Errika D, 2011).

Berdasarkan pendapat Pempek dkk situs jejaring sosial adalah salah satu jenis situs online yang memungkinkan penggunanya memposting informasi mengenai profil dirinya, termasuk nama, foto dan materi lainnya untuk dilihat oleh sesama pengguna. Selain itu, mereka juga dapat berkomunikasi satu sama lain dalam cara-cara yang inovatif (Pempek dkk, 2009).

Facebook merupakan raksasa media sosial yang pertama kali diluncurkan oleh Mark Zuckerberg dan rekannya pada tahun 2004, Facebook di buat dengan misi untuk memberikan kemampuan untuk orang – orang membangun sebuah komunitas dan membuat semua orang di dunia menjadi dekat. Facebook membuat sebuah platform yang dimana setiap orang bisa terhubung dengan teman dan

keluarga, dapat mengetahui apa yang terjadi disetiap belahan dunia dan dapat berbagi, berekspresi sesuai dengan keinginan penggunanya (Anonim, 2004).

Twitter adalah layanan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan “pesan singkat dari Internet”. Di Twitter, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler (Anonim, 2006).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Anonim, 2010).

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan (Anonim, 2005).

2.1.2 Informasi Obat

Informasi obat adalah setiap data atau pengetahuan objektif, diuraikan secara ilmiah dan terdokumentasi mencakup farmakologi, toksikologi dan penggunaan terapi dari obat. Informasi obat tidak terbatas pada pengetahuan, seperti nama kimia, struktur dan sifat-sifat, identifikasi, indikasi, diagnosis atau indikasi terapi, ketersediaan hayati, bioekivalen, toksisitas, mekanisme kerja, waktu mulai bekerja dan durasi kerja, dosis dan jadwal pemberian, dosis yang direkomendasikan, konsumsi, absorpsi, metabolisme, detoksifikasi, ekskresi, efek samping, reaksi merugikan, kontraindikasi, interaksi, harga, keuntungan, tanda,

gejala, dan pengobatan toksisitas, efikasi klinik, data komparatif, data klinik, data penggunaan obat, dan setiap informasi lain yang berguna dalam diagnosis, dan pengobatan penderita dengan obat. Informasi obat tidak termasuk bahan iklan, rincian informasi obat dari PFF, kesan klinik, pelaporan, pengendalian inventarisasi, atau informasi pembelian (Siregar dan Amalia, 2003).

Sumber informasi obat mencakup dokumen, fasilitas, lembaga, dan manusia. Dokumen mencakup pustaka farmasi dan kedokteran, terdiri atas majalah ilmiah, buku teks, laporan penelitian, dan farmakope. Fasilitas mencakup fasilitas ruangan, peralatan, computer, internet, perpustakaan dan lain-lain. Lembaga mencakup industri farmasi, Badan POM, pusat informasi obat, pendidikan tinggi farmasi, organisasi profesi dokter dan apoteker (Siregar dan Amalia, 2003).

Penelusuran atau pencarian informasi obat dapat dilakukan di beberapa sumber yaitu sumber informasi primer merupakan informasi ilmiah yang dipublikasikan oleh penulis dalam bentuk jurnal ilmiah. Contoh sumber informasi primer, antara lain laporan hasil penelitian, laporan kasus, studi evaluatif, serta laporan deskriptif. Sumber informasi sekunder, merupakan sumber informasi yang memuat berbagai abstrak, yang merupakan sistem penelusuran kembali untuk sumber informasi primer dan digunakan untuk menemukan artikel pustaka primer, dan sumber informasi tersier yang bisa disebut juga sebagai *general literature*. Penyajian informasi dilakukan dengan lengkap, ringkas serta mudah dibaca.

Penelusuran atau pencarian informasi yang baik dan benar yaitu dilakukan dengan mencari informasi yang valid dan tidak bias yang dapat dicari di sumber – sumber yang tersedia dan terpercaya kemudian melakukan evaluasi dari informasi yang didapatkan untuk membuktikan kebenaran dan keterkaitannya dengan informasi yang ingin dicari (Kurniawan dan Chabib 2010; Siregar dan Amalia, 2003).

Beberapa strategi dalam pencarian sumber informasi obat yaitu :

1) Mengetahui Pertanyaan Sebenarnya / Menganalisis Pertanyaan

Melakukan penetapan informasi obat yaitu dengan menggolongkan jenis penanya, seperti dokter, apoteker, perawat, dan sebagainya, mengumpulkan data mengenai pertanyaan misal data pasien apabila berhubungan dengan terapi pasien),

serta informasi latar belakang yang perlu, sehingga informasi yang dicari dapat sesuai dengan latar belakang dan maksud dari penanya (Siregar, 2004).

2) Pencarian Secara Sistemik

Pencarian dilakukan dengan mengacu acuan tersier terlebih dahulu, apabila tidak mendapatkan jawaban maka dilakukan langkah berikutnya yaitu melakukan pencarian disumber informasi sekunder dan primer. Dalam pencarian informasi obat, sumber yang kan digunakan juga harus dipilih dan disesuaikan dengan level pertanyaan sari penanya (Siregar, 2004).

3) Mencari dengan Kata Paling Banyak / Menentukan Kata Kunci

Menentukan kata kunci untuk penelusuran merupakan hal penting untuk mendapatkan hasil penelusuran yang diinginkan, oleh sebab itu dalam memasukan kata kunci harus diketik dengan benar, kesalahan penulisan kata kunci dapat menyebabkan hasil pencarian yang berbeda dari yang diinginkan.

Selain cara pengetikkan kata kunci dengan benar, juga harus memilih kata kunci yang sesuai dengan konteks dari subyek yang diinginkan, caranya adalah dengan menggali kata kunci apa saja yang bisa dipakai, dengan melihat cakupan subyek tersebut. Untuk mengetahui/menggali kata kunci yang tepat ada beberapa cara, yaitu antara lain dengan melihat kamus, ensiklopedi, thesaurus, membaca buku, atau menanyakan kepada pakar. Hal lain yang perlu diperhatikan untuk menentukan kata kunci adalah dengan memperhatikan sinonim, singkatan, perubahan kata dasar, istilah ilmiah dan sebagainya. Pemilihan kata kunci ini sebaiknya dipersiapkan terlebih dahulu sebelum kita melakukan penelusuran, apabila kita menentukan pada saat melakukan penelusuran akan berakibat selain kemungkinan kesalahan pemilihan kata kunci juga akan memerlukan waktu lama.

4) Memilah informasi / Menyimpulkan

Setelah mendapat informasi yang diperlukan, kemudian seorang apoteker penting untuk memilah informasi dari berbagai sumber informasi yang didapatkan, kemudian menyimpulkannya agar terfokus pada pertanyaan yang diajukan. Selanjutnya informasi yang didapat perlu untuk didokumentasikan dengan cara

menulis informasi dilembar dokumentasi, dan kemudian menyampaikan informasi tersebut kepada penanya (Siregar dan Amalia, 2003)

2.1.3 Standar Kompetensi Apoteker Indonesia

Standar Kompetensi Apoteker Indonesia terdiri dari sepuluh standar kompetensi. Kompetensi dalam sepuluh standar tersebut merupakan persyaratan untuk memasuki dunia kerja dan menjalani praktik profesi. Standar kompetensi apoteker bertujuan memastikan bahwa seorang apoteker memiliki seluruh kompetensi yang relevan untuk menjalankan perannya dan mampu memberikan pelayanan kefarmasian sesuai ketentuan tentang praktik kefarmasian, memberikan arah dalam pengembangan pendidikan farmasi (identifikasi dan penetapan capaian pembelajaran, pengembangan kurikulum, dan evaluasi hasil belajar) dan pelatihan di tempat kerja juga memberikan arahan bagi apoteker dalam pengembangan kompetensi diri secara berkelanjutan. Memberikan informasi yang tepat, jelas dan tidak bias terkait keamanan sediaan farmasi dan alat kesehatan yang digunakan pasien merupakan salah satu dari standar kompetensi apoteker, informasi bisa didapatkan dari banyak sumber salah satunya yaitu media sosial, media sosial menyediakan berbagai informasi yang diinginkan oleh penggunanya (IAI, 2016).

Informasi obat sangat dibutuhkan untuk melakukan kegiatan terkait Pelayanan Informasi Obat (PIO) yang dimana dilakukan di Rumah Sakit, Apotek dan Puskesmas. Informasi obat yang disampaikan harus informasi yang tepat, jelas, tidak bias dan terkini (Permenkes 72, 2016)

2.1.4 Revolusi Industri 4.0

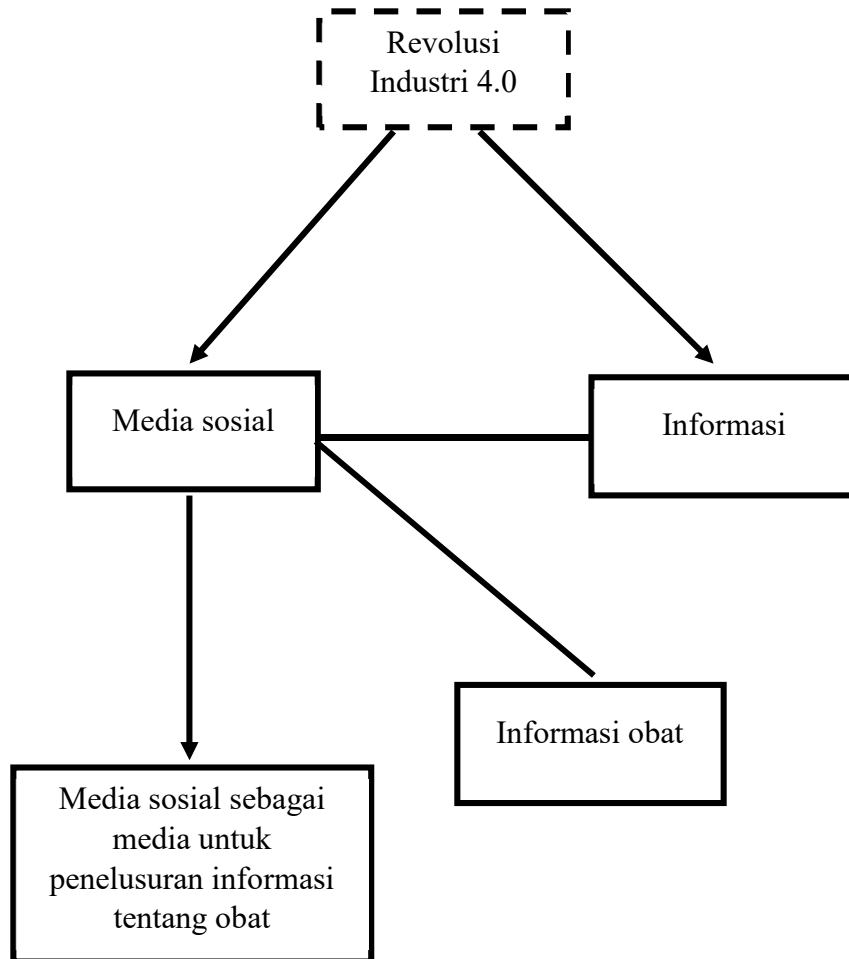
Tahun 1784 terkenal sebagai tonggak sejarah dimulainya sistem baru dengan kehadiran sebuah mesin yang disebut *mechanical weaving loom*. Pada saat itu cara kerja menenun yang semula dengan tangan (manual), diganti dengan mesin. Tahun 1784 merupakan akhir abad 18 yang digunakan sebagai tanda dimulainya revolusi industri pertama, suatu babak baru yang menjadi bagian awal dihasilkannya produk-produk baru dengan bantuan mesin-mesin yang makin canggih. Pekerjaan manual berkurang dan sebagian manusia beralih profesi kerja memasuki lapangan kerja jenis baru. Revolusi industri berlanjut ke tonggak berikutnya yang disebut sebagai awal revolusi industri tahap kedua. Awal revolusi

industri tahap kedua ditandai dengan adanya *assembly line*, sistem ban berjalan yang dioperasikan oleh Henry Ford pada tahun 1870.

Masa setelah tahun 1870 tersebut dimulailah produksi massal dengan pemanfaatan energi listrik. Selanjutnya, pada tahun 1969 tercipta *programmable logic* dan ini menandai revolusi industri ketiga. Dengan aplikasi elektronik dan teknologi informasi, melalui program tersebut, proses produksi menjadi semakin canggih dan otomatis (RISTEKDIKTI., 2017).

Saat ini telah berlangsung revolusi industri keempat atau Revolusi Industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 adalah integrasi dari *Cyber Physical System* (CPS) dan *Internet of Things and Services* (IoT dan IoS) ke dalam proses industri meliputi manufaktur dan logistik serta proses lainnya. CPS adalah teknologi untuk menggabungkan antara dunia nyata dengan dunia maya. Penggabungan ini dapat terwujud melalui integrasi antara proses fisik dan komputasi (teknologi *embedded computers* dan jaringan) secara *close loop*. Industri 4.0 adalah istilah untuk menyebut sekumpulan teknologi dan organisasi rantai nilai berupa *smart factory*, CPS, IoT dan IoS. *Smart factory* adalah pabrik modular dengan teknologi CPS yang memonitor proses fisik produksi kemudian menampilkannya secara virtual dan melakukan desentralisasi pengambilan keputusan. Melalui IoT, CPS mampu saling berkomunikasi dan bekerja sama secara real time termasuk dengan manusia (Raymond, 2016; Prasetyo dan Sutopo, 2018). Berdasar beberapa penjelasan di atas, Industri 4.0 dapat diartikan sebagai era industri di mana seluruh entitas yang ada di dalamnya dapat saling berkomunikasi secara real time kapan saja dengan berlandaskan pemanfaatan teknologi internet dan CPS guna mencapai tujuan tercapainya kreasi nilai baru ataupun optimasi nilai yang sudah ada dari setiap proses di industri. IoS adalah semua aplikasi layanan yang dapat dimanfaatkan oleh setiap pemangku kepentingan baik secara internal maupun antar organisasi, aplikasi layanan yang digunakan salah satunya media sosial, informasi berbagai jenis tersedia terutama informasi tentang obat dapat ditemukan di media sosial.

2.2 Kerangka konsep penelitian



2.3 Kajian Empiris

Tabel 2.1 Kajian Empiris

No	Nama	Tahun	Metode	Responden	Hasil
1.	Onge dan Hoehn	2015	Survei	Mahasiswa Tahun pertama, kedua dan ketiga di Universitas dari Perguruan Tinggi Farmasi Florida	Sebanyak (60,2%) responden menggunakan media sosial satu hingga lima jam per hari dan (43,2%) dari total responden tingkat frekuensi pengecekan media sosial setiap beberapa jam. Alasan utama untuk menggunakan media sosial yaitu tetap terhubung dengan teman dan keluarga, serta terhubung dengan sesama siswa atau teman sekelas.

Dari Tabel 2.1 diatas menunjukkan bahwa penelitian tentang penggunaan media sosial oleh mahasiswa farmasi untuk pembelajaran masih sedikit sedangkan penggunaan media sosial untuk penelusuran informasi tentang obat masih sangat sedikit.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1.Rancangan Penelitian

Jenis penelitian *survey* dengan memberikan perlakuan dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2009).

3.2.Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Islam Indonesia, Sleman, D.I Yogyakarta dengan responden Mahasiswa Farmasi angkatan 2015 sampai dengan angkatan 2018. Waktu yang diperlukan dalam melaksanakan penelitian ini selama sembilan bulan mulai dari Februari – November 2019.

3.3.Populasi

Populasi yang diambil yaitu Mahasiswa Farmasi di Universitas Islam Indonesia, Sleman, D.I Yogyakarta angkatan 2015 - 2018 yang berjumlah 492 Mahasiswa. Dalam penelitian ini menggunakan kriteria inklusi yaitu responden berstatus Mahasiswa aktif, yang memiliki minimal satu akun media sosial dan bersedia menjadi subjek penelitian, kriteria eksklusinya yaitu tidak bersedia menjadi subjek penelitian.

3.4 Definisi Operasional Variabel

a. Mahasiswa Farmasi UII

Mahasiswa farmasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2018 sampai dengan angkatan 2015 yang memiliki status sebagai mahasiswa aktif. Mahasiswa aktif adalah mahasiswa yang terdaftar pada semester tertentu sehingga berhak mengikuti kegiatan akademik serta mendapatkan layanan administratif dan akademik.

b. Media sosial

Gambaran penggunaan media sosial Facebook, Twitter, Instagram, whatsapp, line dan Youtube, media-media sosial tersebut merupakan yang paling populer diantara media sosial lainnya

c. Informasi Obat

Informasi obat yaitu informasi yang terkait deskripsi informasi tentang kasus atau kejadian terkait obat yang berupa penyalahgunaan, kesalahan penggunaan, keracunan, dan alergi obat. Farmakologi yaitu informasi mengenai penyakit-penyakit, kemungkinan penyembuhan, obat-obat baru, penelitian efek samping obat-obatan atau teknologi baru terhadap beberapa penyakit berkaitan dengan perjalanan obat di dalam tubuh serta perlakuan tubuh terhadapnya). Toksikologi yaitu informasi terkait toksisitas dari obat. Penggunaan obat untuk terapi yaitu informasi tentang cara penggunaan dan obat yang digunakan untuk terapi preventif maupun kuratif dari suatu penyakit.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan kepada responden untuk mengisi pertanyaan atau pernyataan yang terdapat didalamnya kemudian setelah di isi secara lengkap dikembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2012). Kuesioner ini akan dibuat beberapa pernyataan yang memuat segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun kategori pernyataan yang terdapat didalam kuesioner berkaitan dengan: Pertama, kesediaan responden sebagai subjek penelitian atau *informed consent*; Ke-dua, pertanyaan terkait media sosial yang dimiliki atau digunakan, perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial, intensitas penggunaan media sosial, tujuan penggunaan media sosial; Ke-tiga, pertanyaan terkait penelusuran informasi obat dan media sosial apa yang utama digunakan untuk penelusuran informasi obat (Onge dan Hoehn, 2015).

3.6 Uji Validitas

Kuesioner dapat dibagikan ke responden dalam pengumpulan data apabila kuesioner tersebut sudah melewati uji validitas sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur alat instrument dalam hal ini kuesioner dapat digunakan secara valid atau dapat dipertanggung

jawabkan kebenaran atau ketepatan suatu kuesioner. Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menguji secara langsung tingkat pemahaman tiap item pernyataan maupun pertanyaan menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 kategori, yaitu sangat mudah dipahami (SMD), mudah dipahami (MD), tidak mudah dipahami (TMD), dan sangat tidak mudah dipahami (STMD). tersebut (Riwidikdo, 2007)

3.7 Pengumpulan Data

Setelah dilakukan uji validitas kuesioner, kemudian kuesioner tersebut dibagikan kepada 30 responden. Namun, 30 responden tersebut tidak boleh digunakan dalam responden sebagai subjek penelitian selanjutnya (Riwidikdo, H., 2012). Pengumpulan data dalam penelitian ini termasuk dalam data primer atau data yang didapatkan secara langsung dengan responden yang menjadi subjek dalam penelitian. Adapun alur dalam pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk *google form* secara online melalui grup – grup *online chat* masing - masing angkatan, apabila data responden yang diinginkan belum dicapai, dilakukan tindakan dengan mendatangi langsung untuk meminta ketersediaan mengisi kuesioner, kuesioner diisi hanya dalam 1 kali tanpa dilakukan pengulangan pengisian kuesioner atau *follow up*. Pengisian kuesioner dalam bentuk *google form* terkait mekanisme akan dijelaskan pada lembar awal sebelum pengisian.

3.8 Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif dalam bentuk persentasi berdasarkan kategori yang telah ditentukan yaitu intensitas penggunaan media sosial, tujuan penggunaan media sosial, jenis informasi yang dicari, penggunaan media sosial untuk penelusuran informasi obat dan media sosial apa yang utama digunakan untuk penelusuran informasi obat.