

## BAB III

### METODOLOGI DESAIN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *design thinking*, yaitu proses berulang yang berfokus pada pengguna untuk memahami masalah, menantang asumsi, dan mencari solusi alternatif yang berpusat pada manusia. *Design thinking* terdiri dari lima tahapan, yaitu:

1. *Empathize*: memahami kebutuhan, harapan, dan tantangan pengguna *vape* baru melalui observasi dan survei.
2. *Define*: mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi pengguna *vape* baru terkait kebersihan *vape* dan merumuskan pernyataan masalah yang berpusat pada manusia.
3. *Ideate*: menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif untuk menyelesaikan masalah kebersihan *vape* dengan menggunakan teknik *brainstorming*, *mind mapping*, dan sketsa.
4. *Prototype*: Tahap ini bertujuan untuk membuat prototipe kampanye “*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*”. Tahap ini dilakukan dengan membuat desain kampanye “*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*” untuk dewasa muda.
5. *Test*: melakukan pengujian terhadap *prototype* kampanye sosial dengan melibatkan pengguna *vape* baru dan mendapatkan umpan balik dari mereka untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas solusi.

#### 3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan mengadopsi pendekatan kombinasi kuantitatif dan observasi untuk menyelidiki aspek “*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*”, dengan fokus pada risiko pada penggunaan *vape*. Secara kuantitatif, survei akan dilakukan terhadap sampel pandangan masyarakat terhadap *vape*, penelitian kualitatif untuk mendalami pemahaman *audiens* tentang persepsi, sikap, dan perilaku terkait *vaping* melalui wawancara mendalam atau analisis konten dari

interaksi pengguna di media sosial. Penelitian *observasional* juga dapat dilakukan dengan mengamati respons langsung dari *audiens* terhadap konten kampanye, baik melalui komentar, *like*, atau *share*, serta perilaku mereka terkait *vaping* setelah terpapar kampanye. Dengan demikian, penelitian kualitatif dan *observasional* akan memberikan wawasan yang mendalam tentang efektivitas kampanye dalam memengaruhi sikap dan perilaku terhadap *vaping* di kalangan remaja.

### 3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian untuk kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*" dapat mencakup area Tangerang Selatan dan meliputi wilayah-wilayah dengan tingkat penggunaan *vape* yang signifikan di kalangan remaja. Observasi dari berita atau jurnal WHO dapat dilakukan di pusat kesehatan masyarakat atau lembaga kesehatan terkait di berbagai negara yang mengalami peningkatan penggunaan *e-cigarette*. Sedangkan, penyebaran kuesioner tentang pendapat masyarakat terkait *vape* dapat dilakukan secara daring (*online*). Dengan demikian, penelitian ini akan melibatkan partisipasi dari berbagai lapisan masyarakat yang representatif dari berbagai wilayah yang relevan.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah beberapa teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian Tugas Akhir:

1. Observasi

Observasi teknik pengumpulan data dari kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*" mencakup observasi terhadap berita atau jurnal WHO yang dilakukan melalui analisis konten untuk mendapatkan wawasan tentang tren dan pemahaman global terkait isu *vaping*.

2. Kuesioner

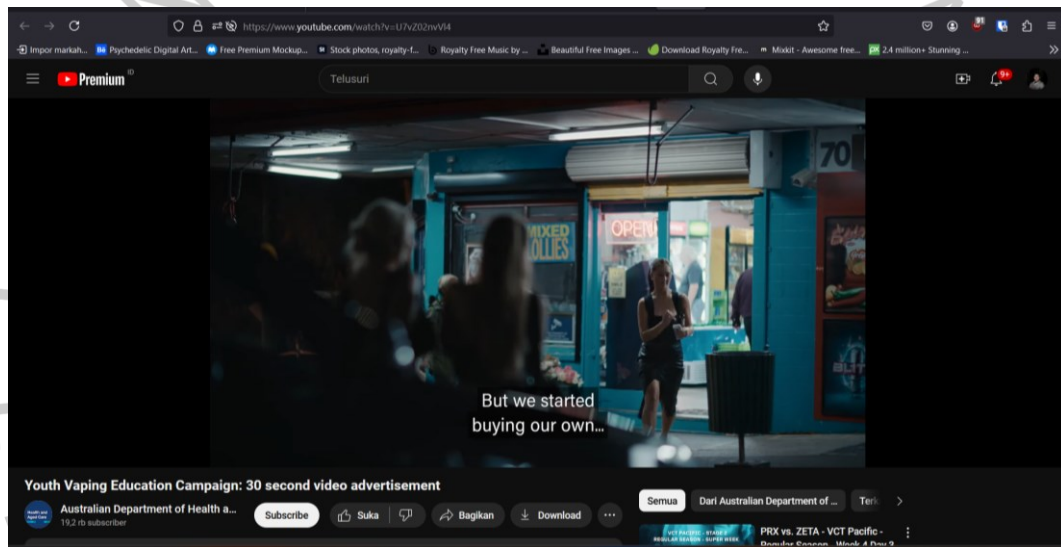
Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring kepada masyarakat area Tangerang Selatan untuk mengevaluasi pendapat, sikap, dan perilaku terkait penggunaan *vape*. Kuesioner dirancang untuk mencakup aspek-aspek seperti pengetahuan tentang risiko kesehatan *vaping*, motivasi untuk menggunakan

atau menghindari *vape*, serta persepsi terhadap kampanye "*Uncloud Your Future*".

Dengan menggunakan kedua teknik tadi, penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang dampak kampanye anti-*vaping* dan pandangan masyarakat terhadap fenomena *vaping* secara global.

### 3.5 Hasil Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Observasi



Gambar 3. 1 Youth Vaping Education Campaign: 30 second video advertisement

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=U7vZ02nvV14>, 2024)

Dalam video ini, disampaikan dengan jelas bahwa penggunaan *vape* bisa menyebabkan ketergantungan yang serius, mirip dengan adiksi rokok konvensional. Kampanye ini tidak hanya mengedukasi tentang bahaya adiksi tersebut, tetapi juga memberikan ajakan yang kuat untuk berhenti *vaping*. Dengan fokus pada kesehatan dan kesejahteraan, kampanye ini mendorong masyarakat untuk membuat pilihan yang lebih baik demi masa depan yang lebih cerah dan bebas dari dampak negatif kesehatan yang mungkin timbul akibat penggunaan *vape*. Hal ini menggarisbawahi betapa pentingnya menyediakan informasi yang

akurat dan memberikan pendidikan yang tepat dalam inisiatif seperti kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*", dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan risiko dan dampak penggunaan *vape*.

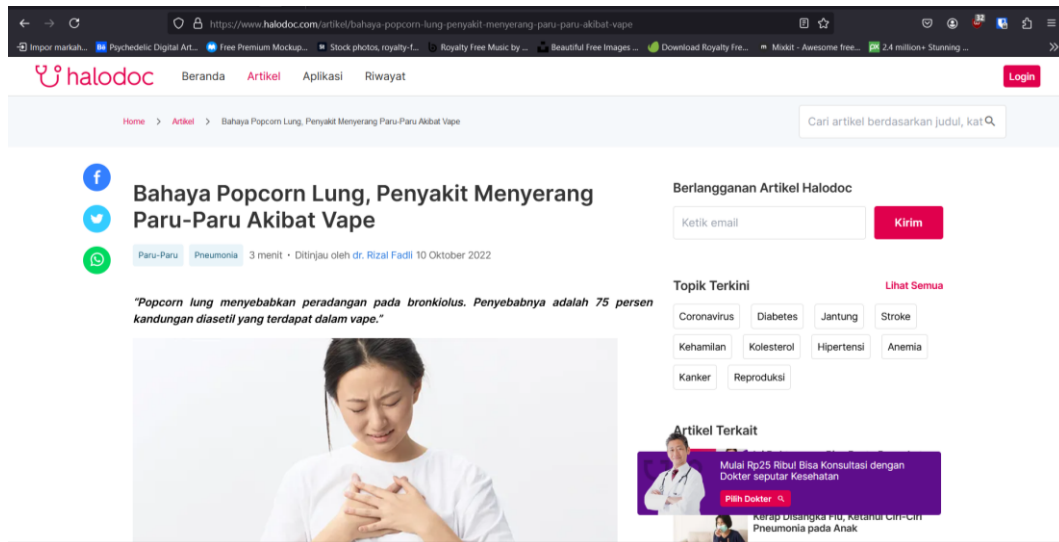


Gambar 3. 2 Website Resmi WHO

(Sumber: <https://www.who.int/news/item/05-02-2020-e-cigarettes-are-harmful-to-health>, 2020)

Website resmi WHO ini membahas bahwa secara global, terdapat 1,1 miliar perokok dewasa dan 60% dari mereka ingin atau berniat untuk berhenti. Banyak yang telah dibahas mengenai potensi sistem penghantaran nikotin elektronik (ENDS) seperti rokok elektrik untuk membantu perokok berhenti. Meskipun bukti masih belum konklusif, rokok elektrik sering digunakan bersamaan dengan satu atau lebih produk tembakau lainnya. Hal ini menyebabkan efek kesehatan dari penggunaan dua atau lebih produk tersebut tergabung. Bukti yang ada menunjukkan bahwa aerosol dari sebagian besar ENDS mengandung bahan kimia beracun, termasuk nikotin dan zat penyebab kanker. Rokok elektrik terkait dengan peningkatan risiko penyakit kardiovaskular, gangguan paru-paru, dan efek negatif pada perkembangan janin selama kehamilan. Remaja yang mulai menggunakan rokok elektrik berpotensi dua kali lipat lebih mungkin untuk mulai merokok di kemudian hari. Data pada website WHO yang telah disebutkan sebelumnya

digunakan sebagai data utama pada perancangan kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*".



Gambar 3. 3 Website Resmi Halodoc

(Sumber: <https://www.halodoc.com/artikel/bahaya-popcorn-lung-penyakit-menyering-paru-paru-akibat-vape>, 2022)

Website resmi Halodoc ini membahas salah satu penyakit yang dapat terpapar bagi pengguna *vape* yaitu *popcorn lung*. Bronkiolus adalah saluran udara terkecil dalam paru-paru yang dapat mengalami peradangan saat terjadi *popcorn lung*, menyebabkan gejala seperti batuk, kesulitan bernapas, dan sesak napas. Salah satu penyebab utama *popcorn lung* adalah zat diasetil yang terdapat dalam *vape*, yang menimbulkan rasa mentega pada makanan tetapi berbahaya ketika dipanaskan dan dihirup. Pengguna *vape* berisiko tinggi terkena popcorn lung karena diasetil dapat memicu kecanduan. Selain diasetil, *vape* juga mengandung asetaldehida, zat beracun yang dapat merusak lapisan mulut, tenggorokan, dan saluran pencernaan. Gejala *pop-corn* lung termasuk sesak napas, batuk berlendir, mengi, demam, kelelahan, ruam kulit, dan keringat malam. Untuk mencegah kerusakan permanen pada paru-paru, penting untuk berhenti menggunakan *vape* dan mungkin memerlukan pengobatan dengan antibiotik, steroid, obat peningkat kekebalan, atau obat pernapasan, meskipun pengobatan tersebut dapat menimbulkan efek samping.

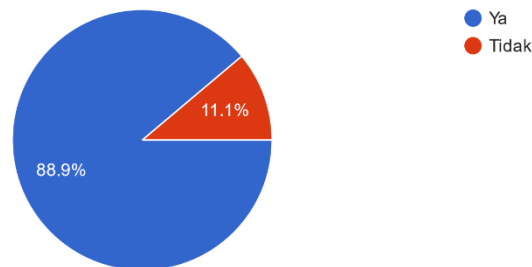
Data pada *website* halodoc yang telah disebutkan sebelumnya digunakan sebagai data utama pada perancangan kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*".

### 3.5.2 Kuesioner

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner online dari layanan Google Form guna memperoleh informasi yang dapat menjadi data pendukung untuk pembuatan kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*". Target penyebaran kuesioner yaitu masyarakat berusia 18 sampai 25 tahun. Penyebaran kuesioner melalui Google form dilakukan selama 2 minggu mulai dari 10 mei 2024 sampai 24 mei 2024 dengan total responden sebanyak 54 orang. Berikut adalah data yang terkumpul dari responden:

Apakah anda mengetahui jika Vape memiliki resiko jangka panjang?

54 responses

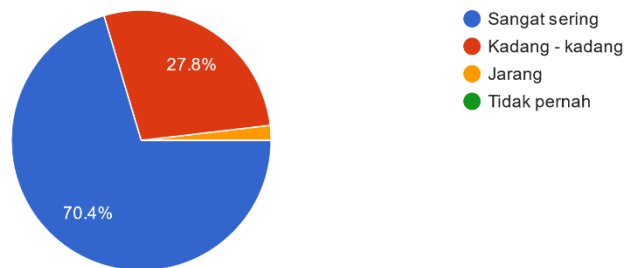


Gambar 3.4 Kuesioner Data Kesadaran Responden Terhadap Resiko Vape

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 88,9% responden tahu bahwa *vape* memiliki risiko berjangka panjang, sedangkan 11,1% responden tidak tahu bahwa *vape* memiliki risiko berjangka panjang.

Seberapa sering Anda melihat orang menggunakan vape di sekitar Anda?

54 responses

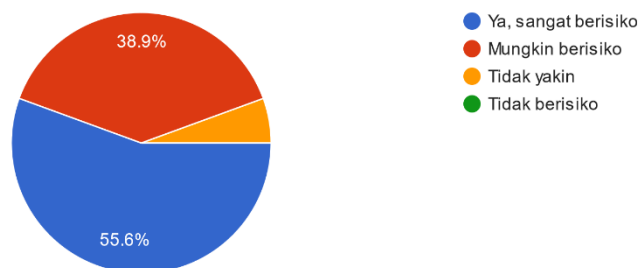


Gambar 3.5 Kuesioner Data Frekuensi Keseringan Responden Melihat Orang Menggunakan Vape

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 70,4% responden sering melihat orang sekitar menggunakan *vape*, sedangkan 27,8% responden hanya terkadang melihat orang sekitar menggunakan *vape* dan 1,9% responden jarang melihat orang sekitar menggunakan *vape*.

Menurut Anda, apakah vaping berisiko bagi kesehatan?

54 responses

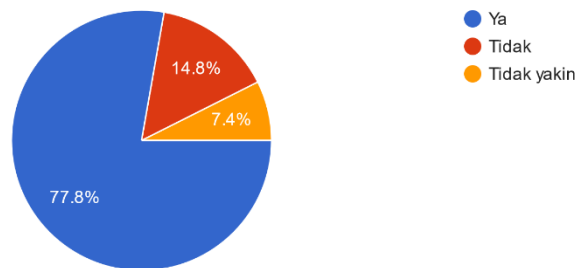


Gambar 3.6 Kuesioner Data Pendapat Responden Mengenai Resiko Menggunakan Vape

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 55,6% responden berpendapat bahwa menggunakan *vape* sangat berisiko, sedangkan 38,9% responden berpendapat bahwa menggunakan *vape* mungkin berisiko dan 5,6% responden lainnya tidak yakin bahwa *vape* berisiko.

Apakah Anda merasa informasi tentang bahaya vaping mudah diakses?

54 responses

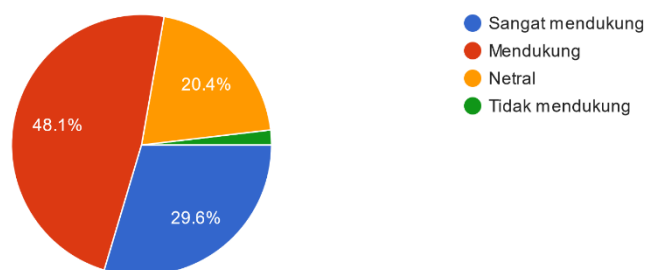


Gambar 3. 7 Kuesioner Data Pendapat Responden Mengenai Akses Informasi Tentang Bahaya Vape

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 77,8% responden merasa bahwa informasi mengenai bahaya *vape* mudah diakses, 14,8% responden merasa bahwa informasi mengenai bahaya *vape* tidak mudah diakses, sedangkan 7,4% responden merasa tidak yakin bahwa informasi mengenai bahaya *vape* mudah diakses.

Bagaimana pendapat Anda tentang peraturan pemerintah terhadap vape?

54 responses



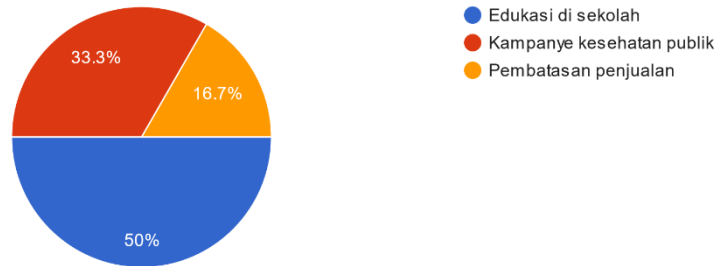
Gambar 3. 8 Kuesioner Data Pendapat Responden Mengenai Peraturan Pemerintah Terhadap Vape

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 48,1% responden berpendapat mendukung mengenai peraturan pemerintah terhadap *vape*, 29,6% responden berpendapat sangat mendukung mengenai peraturan pemerintah terhadap *vape*, 20,4% responden berpendapat netral, sedangkan 1,9% responden lainnya tidak mendukung mengenai peraturan pemerintah terhadap *vape*.



Apa yang bisa dilakukan untuk mengurangi penggunaan vape di kalangan remaja?

54 responses

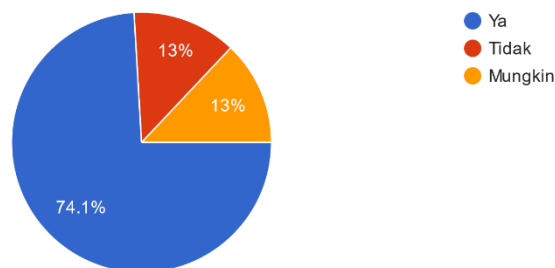


Gambar 3. 9 Kuesioner Data Pendapat Responden Mengenai Cara pengurangan Penggunaan Vape di Kalangan Remaja

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 50% responden berpendapat bahwa cara mengurangi penggunaan *vape* di kalangan remaja yaitu dengan adanya edukasi di sekolah, sedangkan 33,3% responden berpendapat bahwa kampanye kesehatan publik adalah solusi untuk mengurangi penggunaan *vape* di kalangan remaja dan 16,7% responden lainnya berpendapat bahwa pembatasan penjualan adalah solusi yang tepat untuk mengurangi penggunaan *vape* di kalangan remaja.

Apakah Anda atau orang yang Anda kenal pernah mengalami efek negatif dari vaping?

54 responses

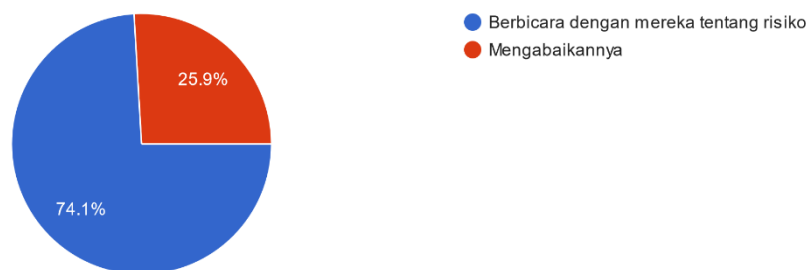


Gambar 3. 10 Kuesioner Data Mengenai Efek Negatif Vapeing Pada Responden Atau Orang Yang Responden Kenal

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 74,1% responden atau orang yang responden kenal pernah mengalami efek negatif dari *vape*, sedangkan 13% responden atau orang yang responden kenal tidak mengalami efek negatif dari *vape* dan 13% responden atau orang yang responden kenal mungkin mengalami efek negatif dari *vape*.

Apa tindakan Anda jika mengetahui seseorang di lingkungan Anda mulai vaping?

54 responses

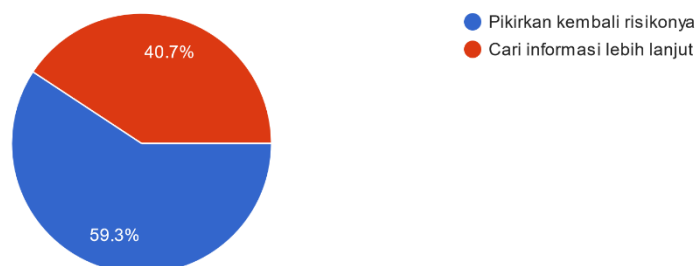


Gambar 3. 11 Kuesioner Data Tindakan Responden Jika Mengetahui Seseorang Di Lingkungannya Mulai Menggunakan Vape

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 74,1% responden akan berbicara dengan mereka tentang risiko dari *vape*, sedangkan 25,9% responden akan mengabaikan pengguna *vape*.

Apa pesan Anda untuk mereka yang sedang mempertimbangkan untuk mulai vaping?

54 responses



Gambar 3. 12 Kuesioner Data Pesan Responden Untuk Mereka Yang Ingin Memulai Vaping

Hasil data dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 59,3% responden menyarankan untuk memikirkan kembali risiko dari *vape*, sedangkan 40,7% responden menyarankan untuk mencari informasi lebih terkait *vape*.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1 Analisis Observasi**

Berdasarkan hasil observasi pengumpulan data Analisis hasil observasi dari data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa terdapat ancaman kesehatan serius yang terkait dengan penggunaan rokok elektrik (ENDS). Berdasarkan data dari *website* resmi WHO, meskipun banyak perokok dewasa berusaha berhenti dengan bantuan ENDS, bukti menunjukkan bahwa penggunaan rokok elektrik tidak sepenuhnya aman. Aerosol dari ENDS mengandung bahan kimia beracun yang dapat menyebabkan berbagai penyakit termasuk gangguan kardiovaskular, gangguan paru-paru, dan efek negatif pada perkembangan janin selama kehamilan. Selain itu, penggunaan rokok elektrik di kalangan remaja meningkatkan kemungkinan mereka untuk merokok di kemudian hari, menunjukkan bahwa ENDS tidak hanya gagal menjadi solusi berhenti merokok yang efektif tetapi juga dapat memperburuk masalah kesehatan masyarakat.

Dari data yang disajikan oleh Halodoc, terdapat risiko kesehatan tambahan yang serius dari penggunaan *vape*, termasuk penyakit paru-paru *popcorn lung*. Penyakit ini disebabkan oleh zat diasetil dalam *vape* yang menyebabkan peradangan pada saluran udara terkecil di paru-paru. Selain diasetil, *vape* mengandung asetaldehida yang dapat merusak jaringan di mulut, tenggorokan, dan saluran pencernaan. Gejala *popcorn lung* seperti batuk, sesak napas, dan mengi menunjukkan kerusakan signifikan pada paru-paru yang memerlukan perawatan medis, termasuk penggunaan antibiotik dan steroid, meskipun pengobatan ini memiliki efek samping. Analisis ini menegaskan pentingnya kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*" dalam mengedukasi masyarakat tentang bahaya rokok elektrik dan mendorong tindakan pencegahan untuk melindungi kesehatan paru-paru masyarakat.

### 3.6.2 Analisis Kuesioner

Hasil analisis kuesioner memberikan dasar yang kuat untuk merancang kampanye "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*". Tingginya kesadaran tentang risiko jangka panjang penggunaan *vape* di kalangan responden (88,9%) menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat sudah menyadari bahaya yang terkait dengan *vape*. Namun, dengan hanya 55,6% yang menganggap penggunaan *vape* sangat berisiko, kampanye ini harus menekankan bukti-bukti konkret dan ilmiah tentang risiko kesehatan yang serius dari penggunaan *vape*. Konten kampanye harus dirancang untuk menutup kesenjangan pengetahuan ini, menggunakan data yang mendalam dan visual yang menarik untuk menggarisbawahi bahaya nyata dari *vaping*.

Tingginya jumlah penggunaan *vape* yang sering terlihat oleh responden (70,4%) menunjukkan bahwa kampanye harus memiliki komponen komunitas yang kuat. Melibatkan sekolah dan masyarakat dalam upaya edukasi bisa sangat efektif, sesuai dengan keyakinan 50% responden bahwa edukasi di sekolah adalah solusi terbaik. Kampanye juga bisa memanfaatkan dukungan kuat terhadap peraturan pemerintah terkait *vape* (77,7% mendukung atau sangat mendukung) dengan mendorong kebijakan yang lebih ketat dan pembatasan penjualan produk *vape* kepada remaja. Selain itu, karena mayoritas responden atau orang yang mereka kenal telah mengalami efek negatif dari *vape* (74,1%), kampanye harus menampilkan kisah nyata dan testimoni dari individu yang terkena dampak untuk memberikan dampak emosional dan relevansi pribadi.

Mayoritas responden merasa bahwa informasi mengenai bahaya *vape* mudah diakses (77,8%) namun masih ada yang tidak yakin, kampanye ini juga perlu memastikan bahwa informasi yang diberikan mudah dipahami dan tersedia di berbagai platform. Melibatkan berbagai media dan menggunakan pesan yang konsisten dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas. Dukungan dan saran dari responden untuk berbicara dengan pengguna *vape* tentang risikonya (74,1%) serta saran untuk memikirkan kembali risiko dari *vape* (59,3%) menunjukkan bahwa kampanye ini harus mendorong dialog terbuka dan diskusi di antara masyarakat untuk memperkuat pesan anti-*vaping*.

### 3.6.3 Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning

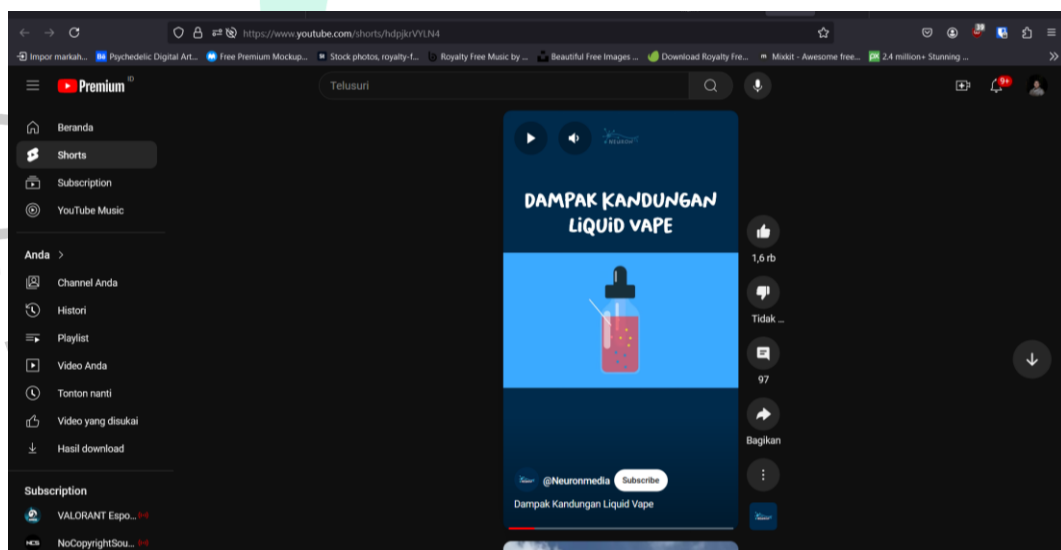
Analisis *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) memiliki peran penting dalam menentukan target audiens. Berikut adalah tabel analisa STP:

Tabel 3. 1 Tabel Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning

<b>Segmentasi</b>	<p>1. Demografis:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan</li><li>• Usia: 18-22 tahun</li><li>• Pendidikan: Tamat SMA dan S1</li><li>• Pekerjaan: Pelajar/mahasiswa, karyawan swasta, dan Pegawai Negeri Sipil (PNS)</li><li>• Kelas sosial: Kelas B</li><li>• Geografis: Warga di area Tangerang Selatan</li></ul> <p>2. Psikografis:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kepribadian: Suka bersosialisasi, suka mengikuti tren, dan kreatif</li><li>• Gaya hidup: Konsumtif</li></ul>
<b>Targeting</b>	<p>Kampanye "<i>Uncloud Your Future</i>" menargetkan kalangan remaja dan dewasa muda di area Tangerang Selatan untuk memengaruhi perilaku anti-<i>vaping</i> melalui penggunaan media sosial yang tepat dan penargetan yang relevan.</p>
<b>Positioning</b>	<p>Kampanye "<i>Uncloud Your Future</i>" memposisikan dirinya sebagai penggerak perubahan yang efektif dalam mempromosikan gaya hidup bebas dari <i>vaping</i> di kalangan remaja dan dewasa muda di area Tangerang Selatan.</p>

Kesimpulan dari tabel analisis segmentasi, *targeting*, dan *positioning* adalah bahwa kampanye "*Uncloud Your Future*" efektif dalam mempromosikan gaya hidup bebas *vaping* di kalangan remaja dan dewasa muda di area Tangerang Selatan. Kampanye ini menargetkan laki-laki dan perempuan berusia 18-22 tahun yang telah tamat SMA atau S1, bekerja sebagai pelajar, karyawan swasta, atau PNS dari kelas sosial B. Mereka adalah individu yang suka bersosialisasi, mengikuti tren, kreatif, dan memiliki gaya hidup konsumtif. Dengan strategi penargetan yang tepat melalui media sosial, kampanye ini memposisikan dirinya sebagai agen perubahan yang relevan dan berpengaruh dalam membentuk perilaku anti-*vaping* di segmen yang dituju.

### 3.6.4 Analisis Kampanye Serupa



Gambar 3. 13 Video Kampanye Dampak Kandungan Liquid Vape

(Sumber: <https://www.youtube.com/shorts/hdpjkrVYLN4>, 2023)

Video kampanye di atas dirancang oleh Neuronmedia, video ini membahas tentang kandungan yang ada di dalam *liquid vape* berupa *propilen glikol* dan *vegetable gliserin* bahan kimia yang biasa ditemukan dalam makanan dan obat-obatan yang telah disetujui oleh FDA. Meskipun demikian, ada risiko terkait seperti *bronkiolitis obliterans* atau "*popcorn lung*" dan beberapa penyakit lainnya.

Beberapa forum di seluruh dunia mengklaim bahwa banyak orang yang berhasil berhenti merokok sepenuhnya dengan beralih ke *vaping* dan bahkan merasa lebih sehat dibandingkan saat mereka masih merokok. Ini menyoroti pentingnya informasi yang akurat dan edukasi yang tepat dalam kampanye seperti "*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*" untuk mendorong pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan konsekuensi penggunaan *vape*.

### 3.6.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu menentukan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), serta menentukan strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T. Berikut adalah tabel analisa SWOT:

Tabel 3. 2 Analisis SWOT

	<i>Inernal</i>	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
<i>External</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan untuk menghasilkan konten kreatif dan menarik dapat menarik perhatian <i>audiens</i> muda.</li> <li>• Memanfaatkan Instagram dan TikTok yang populer di kalangan remaja dan dewasa muda untuk mencapai audiens target secara efektif.</li> <li>• Mendapatkan dukungan dari lembaga atau organisasi kesehatan seperti WHO atau Truth Initiative dapat memberikan otoritas dan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tantangan untuk meningkatkan kesadaran tentang bahaya <i>vaping</i> di kalangan remaja yang mungkin masih memiliki persepsi bahwa <i>vaping</i> lebih aman daripada merokok tembakau.</li> <li>• Informasi yang disebarkan melalui media sosial bisa dianggap kurang kredibel dibandingkan media tradisional.</li> </ul>

	kepercayaan pada kampanye.	
<p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dampak negatif <i>vaping</i> melalui kampanye edukasi yang kuat.</li> <li>• Peluang untuk bekerja sama dengan <i>influencer</i> media sosial yang populer di kalangan remaja untuk memperluas jangkauan dan dampak kampanye.</li> </ul>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <p>Konten kreatif menarik di Instagram dan TikTok efektif untuk audiens muda. Dukungan dari WHO atau Truth Initiative meningkatkan kredibilitas. Peluang besar untuk edukasi tentang bahaya <i>vaping</i> dan kolaborasi dengan <i>influencer</i> untuk jangkauan yang lebih luas.</p>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <p>Kampanye menghadapi tantangan mengubah persepsi remaja terhadap keamanan <i>vaping</i> dan melawan informasi yang menyesatkan dari industri tersebut. Namun, terdapat peluang melalui edukasi dan kolaborasi dengan <i>influencer</i> media sosial untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya <i>vaping</i>, memperluas dampak kampanye.</p>
<p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancaman dari industri <i>vaping</i> dalam menyebarkan informasi yang meragukan dan mempromosikan produk mereka sebagai alternatif yang lebih aman dapat mengaburkan pesan kampanye.</li> </ul>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <p>Konten kreatif penting untuk menarik audiens muda, dengan Instagram dan TikTok sebagai alat efektif. Dukungan dari WHO atau Truth Initiative meningkatkan kredibilitas. Namun, kampanye menghadapi ancaman dari industri <i>vaping</i> yang menyebarkan informasi</p>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <p>Mengatasi persepsi remaja bahwa <i>vaping</i> lebih aman daripada merokok adalah tantangan utama, di perumit oleh informasi menyesatkan dari industri <i>vaping</i>. Kampanye anti-<i>vaping</i> juga perlu mendapatkan dukungan dari audiens</p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tantangan untuk memperoleh penerimaan dari audiens muda yang mungkin cenderung resisten terhadap pesan-pesan anti-<i>vaping</i>.</li> </ul>	meragukan, serta tantangan dalam mengubah persepsi audiens muda yang mungkin <i>resisten</i> terhadap pesan anti- <i>vaping</i> .	muda yang mungkin skeptis terhadap pesan kesehatan.
--	---	---

Kampanye “*Uncloud Your Future: No Vaping, Be Healthy*” memiliki kekuatan dalam menghasilkan konten yang kreatif dan menarik untuk menarik audiens muda, serta memanfaatkan media sosial untuk jangkauan efektif. Dukungan dari organisasi kesehatan memberikan kredibilitas. Namun, tantangan termasuk mengubah persepsi remaja tentang *vaping* dan melawan informasi yang menyesatkan dari industri *vaping*. Peluang terletak pada peningkatan kesadaran melalui pendidikan dan kolaborasi dengan *influencer* untuk memperluas dampak kampanye. Ancaman meliputi promosi *vaping* sebagai alternatif yang lebih aman, yang dapat mengaburkan pesan kampanye dan resistensi dari *audiens* muda terhadap pesan anti-*vaping*.