

## STRATEGI BLUEPRINT TWITTER SEBAGAI ALAT PENINGKATAN KESADARAN GENERASI Z TERHADAP DIABETES MELITUS

Annisa Devina<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Andalas

\*Corresponding author: [annisadevinaa@gmail.com](mailto:annisadevinaa@gmail.com)

### ABSTRACT

*The increasing prevalence of diabetes mellitus among young people has led to a need for health professionals to find new ways to educate the public about this disease. One effective method is to use the social media platform Twitter. However, if health workers have the necessary skills to use Twitter to disseminate health information, it will be easier for the message to reach a broad audience. This literature review aimed to identify strategies health workers can use to disseminate information about diabetes through Twitter. Eight articles were found that discuss strategies health workers can use to deliver effective health messages on social media, five of which specifically address audience attitudes towards health information circulating on Twitter. The results of this literature review found that credibility, word choice, and two-way communication are essential factors that can improve the dissemination of health messages on Twitter that a broad audience can accept*

**Keywords:** *Twitter, Health Promotion, Diabetes, Generation Z*

### PENDAHULUAN

Penelitian dari Harvard School of Public Health tahun 2012 tentang konsumsi nasi putih dan risiko diabetes tipe dua yang melibatkan 350.000 responden menunjukkan bahwa individu dari negara-negara Asia, termasuk Indonesia, yang mengonsumsi nasi putih sebanyak tiga sampai empat sajian per hari, memiliki risiko diabetes 1,5 kali lebih besar dibandingkan individu yang mengonsumsi nasi putih kurang dari tiga sajian per hari (1 sajian = ½–1 cup mangkuk [150 gram]).<sup>(1)</sup> Hampir semua makanan yang kita konsumsi mengandung gula, termasuk

nasi putih yang merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia. Situs Harvard Health Publishing juga menyebutkan bahwa secara alamiah, gula dapat ditemukan pada buah-buahan, gandum, susu, dan sayuran.

Penelitian lainnya dari *Jurnal Plos One* yang membahas mengenai hubungan konsumsi gula terhadap prevalensi diabetes pada tingkat populasi menemukan bahwa setiap kenaikan konsumsi gula sebesar 150 kkal/orang/hari diasosiasikan dengan kenaikan prevalensi diabetes sebesar 1,1 persen.<sup>(2)</sup> Oleh karenanya, tingginya konsumsi gula dalam makanan seringkali

dikaitkan dengan penyakit diabetes. Diabetes dapat menyerang organ-organ tubuh lainnya sehingga diabetes dikenal sebagai penyebab utama berbagai penyakit, seperti penyakit ginjal, stroke, dan kebutaan. Sebagai contoh, sebuah artikel yang dipublikasikan melalui *Journal of Medicine* melakukan pembahasan mengenai kematian dini akibat diabetes tipe dua yang dikaitkan dengan penyakit gagal jantung dan ginjal kronis, dikatakan bahwa diabetes adalah faktor risiko dari kedua penyakit tersebut.<sup>(3)</sup>

Berdasarkan laporan dari International Diabetes Federation (IDF) pada tahun 2021, terdapat 19,5 juta penduduk Indonesia (20–79 tahun) yang menderita diabetes, dengan 14,3 juta di antaranya tidak terdiagnosis. Jika tidak ada tindakan pencegahan yang tepat, diperkirakan jumlah penderita diabetes di Indonesia akan meningkat menjadi 28,6 juta pada tahun 2045.<sup>(4)</sup> Diabetes tak hanya menjadi penyakit yang diderita oleh orang tua. Salah satu artikel dari *Jurnal BMC Health Services Research* yang membahas perbedaan pelayanan primer dan tersier pada pasien diabetes tipe dua di Indonesia menyebutkan bahwa diabetes tidak hanya ditemukan pada usia di atas 55 tahun, tetapi juga pada anak-anak usia muda dengan usia

di atas 15 tahun.<sup>(5)</sup> Berdasarkan data Riskesdas tahun 2018, prevalensi diabetes pada individu berusia 15-25 tahun, yaitu sebesar 0,05 persen. Prevalensi ini diperkirakan akan meningkat pada Riskesdas terbaru.<sup>(6)</sup> Selain itu, pada tahun 2023 Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI) melaporkan bahwa angka prevalensi diabetes pada anak-anak melonjak 70 kali lipat dibandingkan dengan tahun 2010. Usia anak-anak tersebut umumnya berada pada rentang usia 10–14 tahun dan 31,5 persen berada pada rentang usia 5–9 tahun. Lantas, solusi apa yang tepat untuk mengatasi masalah penyakit diabetes yang tidak pernah selesai di Indonesia?

Tanpa penanganan yang tepat, prevalensi diabetes pada usia muda di Indonesia akan meningkat. Hal ini akan menyebabkan bertambahnya beban penyakit pada populasi Indonesia, yang diukur dengan Disability-Adjusted Life Years (DALYs). DALYs diartikan sebagai berapa banyak tahun hidup yang hilang akibat kematian dini, penyakit, atau disabilitas. Semakin tinggi nilai DALYs, semakin besar dampak penyakit terhadap kesehatan dan produktivitas.

Edukasi kesehatan kepada generasi Z, yaitu generasi muda yang lahir antara

## METODE PENELITIAN

tahun 1997-2012, perlu memanfaatkan media sosial. Hal ini karena generasi Z sangat akrab dengan internet dan media sosial. Studi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa 79,5 persen anak-anak dan remaja adalah pengguna internet. Penelitian ini didukung oleh laporan dari Indonesia Youth In The 21st Century yang menerangkan bahwa 9 dari 10 orang di Indonesia aktif di jejaring sosial. Twitter, sebagai salah satu media sosial, bisa membantu proses edukasi kesehatan yang dilakukan oleh profesional secara lebih cepat dan menjangkau lebih banyak massa.<sup>(7)</sup>

Oleh karena itu, literature review ini bertujuan untuk mengetahui peranan Twitter sebagai strategi bagi tenaga kesehatan maupun tenaga medis dalam penyebaran informasi-informasi kesehatan kepada generasi muda, terutama terkait pencegahan dan penanganan penyakit tidak menular.

Penelitian ini merupakan penelitian literature review dengan melakukan pencarian artikel pada *database* Google Scholar dan Pubmed dengan kata kunci, yaitu Twitter, Promosi Kesehatan, Diabetes, dan Generasi Z.

Adapun kriteria inklusi dalam penelusuran artikel ini adalah artikel yang telah dipublikasi secara *online* dan terakreditasi, baik nasional maupun internasional, membahas tentang promosi kesehatan melalui media sosial, khususnya Twitter, memiliki tahun publikasi 10 tahun terakhir, dan tersedia dalam versi lengkap. Sementara itu, kriteria eksklusinya adalah artikel yang hanya memuat abstrak dan tidak bisa diakses.

Hasil temuan literatur menemukan 8 artikel (4 artikel Bahasa Indonesia dan 4 artikel Bahasa Inggris). Pencarian dilakukan secara cermat berdasarkan relevansi topik dan kedalaman pembahasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1. Hasil Temuan Literatur**

Peneliti	Judul	Sampel	Metode	Hasil Penelitian
Lee et al. <sup>(10)</sup>	To Tweet or to Retweet? That Is	63 orang mahasiswa aktif	Penelitian Eksperimental	Terdapat tiga faktor yang

	the Question for Health Professionals on Twitter	strata 1 berusia antara 19 tahun dan 23 tahun		secara bersama-sama digunakan untuk mengevaluasi kredibilitas cuitan tentang pesan kesehatan
Leonita et al. <sup>(11)</sup>	Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur	Tinjauan literatur pada 85 jurnal	Tinjauan Literatur	Pemanfaatan media sosial dalam menciptakan perubahan bagi sasaran penerima informasi
Zhou et al. <sup>(8)</sup>	Understanding Health Food Messages on Twitter for Health Literacy Promotion	10.025 cuitan berbahasa Inggris berisikan pesan kesehatan tentang makanan sehat dengan kata kunci " <i>healthy food</i> " atau " <i>health food</i> "	Kualitatif	Pesan yang disampaikan di Twitter dapat menjadi lebih menarik untuk di- <i>retweet</i> jika mengandung emosi, berkualitas, disampaikan oleh pengirim yang kredibel, argumennya jelas dan spesifik, serta tidak menyertakan

Gabarron et al. <sup>(15)</sup>	Diabetes on Twitter: A Sentiment Analysis	67.421 cuitan dengan kata kunci “diabetes”, “t1d”, dan “t2d”	Analisis Sentimen	tautan eksternal Cuitan yang membahas diabetes tipe 2 tanpa menggunakan emoji cenderung memiliki sentimen negatif, sedangkan cuitan yang membahas diabetes tipe 1 dengan menggunakan emoji cenderung memiliki sentimen positif dan lebih sedikit sentimen negatif
Fitriani et al. <sup>(13)</sup>	Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Pengaruh Media Sosial dengan Perilaku Konsumsi Makanan Berisiko Diabetes Melitus pada Mahasiswa	435 mahasiswa aktif strata 1 di Universitas Diponegoro yang dipilih secara <i>accidental sampling</i>	Cross-Sectional	Terdapat korelasi antara tingkat pengetahuan dan pengaruh media sosial terhadap perilaku mengonsumsi makanan yang berisiko diabetes melitus pada mahasiswa di

Sampurno et al. <sup>(12)</sup>	Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19	Analisis pada media sosial Twitter dan Instagram	Etnografi Virtual	Ditemukan peranan media sosial dalam memberikan informasi akurat tentang kasus Covid-19
Stellefson et al. <sup>(9)</sup>	Evolving Role of Social Media in Health Promotion: Updated Responsibilities for Health Education Specialists	Analisis penggunaan media sosial bagi promosi kesehatan	Literary Commentary (Special Issue)	Setiap media sosial memiliki karakteristik audiens yang berbeda-beda sehingga perlu dipahami untuk menentukan konten edukasi kesehatan yang tepat.
Visina et al. <sup>(14)</sup>	Analisis Konten Tweet Pada Akun Twitter Kemenkes Ri Selama Awal Wabah Covid-19	633 cuitan yang diunggah oleh @KemenkesRI melalui Twitter terkait kasus Covid-19 yang	Cross-sectional	Isi pesan kesehatan dan bentuk pesan berpengaruh terhadap respons yang didapat

Di Indonesia

pertama kali

oleh

dikonfirmasi di

@KemenkesRI

Indonesia pada

dari penerima

bulan Maret

informasi

2022



Twitter adalah media sosial berbentuk *microblogging* yang sifatnya *real-time*. Pengguna dapat mengunggah *tweet* (cuitan) berisi informasi dan menanggapi cuitan lain secara langsung. Twitter juga memberikan kebebasan kepada pengguna untuk menulis di halaman mereka. Selain itu, Twitter memiliki fitur-fitur seperti *like*, *retweet*, *quote retweet*, dan *comment*.

*Retweet* adalah fitur yang memudahkan penyebaran informasi. Fitur ini digunakan untuk membagikan cuitan dari pengguna lain ke halaman pengguna sendiri. Dengan *retweet*, pengguna dapat membagikan informasi yang mereka anggap penting kepada pengikut mereka. Misalnya, pengguna A yang mengikuti pengguna B melakukan *retweet* pada cuitan dari pengguna B. Pengguna C yang tidak mengikuti pengguna B pun dapat melihat informasi yang disebar oleh pengguna A.<sup>(10)</sup>

Twitter, yang kini berganti nama menjadi X, memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pesan singkat sebanyak 280 karakter untuk nonpelanggan dan 4000 karakter untuk pelanggan Twitter Blue.

Aplikasi ini juga menjadi tempat bagi kaum muda untuk mencari informasi yang bermanfaat untuk pengembangan diri. Hal ini karena banyak ahli yang

menggunakan Twitter untuk membagikan pengetahuan dan pengalaman mereka. Mulai dari pakar kesehatan, HRD, programmer, dan lain sebagainya. Dengan demikian, orang-orang yang ingin mempelajari hal baru dapat dengan mudah bertanya kepada para ahli melalui komentar atau pesan pribadi (*direct message*).

Selain itu, Twitter juga menjadi tempat untuk menambah pertemanan. Beberapa orang bahkan dapat bertemu secara langsung setelah berkenalan di Twitter. Tak hanya itu, Twitter juga dapat menjadi sarana untuk mencari informasi lowongan pekerjaan. Contohnya, akun Twitter @HRDBacot yang kerap membagikan postingan lowongan pekerjaan.

Twitter, yang populer di kalangan generasi Z, dapat menjadi sarana promosi kesehatan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dipublikasikan melalui jurnal *Health Communication* yang menunjukkan bahwa Twitter dapat menyebarkan informasi kesehatan secara luas.<sup>(10)</sup>

Sayangnya, cuitan kesehatan yang dibuat oleh para profesional kesehatan terkadang tidak mendapatkan perhatian yang cukup besar.<sup>(8,10)</sup> Oleh karena itu, diperlukan strategi agar cuitan kesehatan

dapat tersampaikan kepada sasaran yang dituju.

Salah satu kendala dalam penyebaran informasi kesehatan di Twitter adalah ketidakpercayaan dari penerima informasi terhadap kebenaran pesan kesehatan tersebut.<sup>(10)</sup> Hal ini disebabkan oleh keterbatasan penerima informasi untuk memeriksa kebenarannya. Dulunya, Twitter memiliki fitur centang biru yang dapat menjadi indikator kredibilitas pemilik akun. Namun, saat ini fitur tersebut dapat dibeli oleh siapapun, sehingga tidak lagi menjadi jaminan kredibilitas akun. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi penerima informasi untuk tidak mudah percaya terhadap informasi yang beredar di media sosial.

Oleh karena itu, profesional kesehatan disarankan untuk mencantumkan gelar mereka, seperti dr, di bio ataupun *username* Twitter mereka untuk menunjukkan kredibilitas. Selain itu, mereka juga disarankan untuk menggunakan foto profil yang menunjukkan bahwa mereka bekerja di suatu instansi kesehatan. Sebuah penelitian yang dirilis pada tahun 2003 menunjukkan bahwa individu cenderung mempercayai informasi kesehatan yang disampaikan oleh dokter, universitas, dan instansi pemerintah.<sup>(16)</sup>

Penelitian tersebut didukung oleh sebuah penelitian yang dipublikasikan oleh jurnal *Health Communication* yang menyebutkan bahwa ada perbedaan pandangan ketika individu menerima informasi yang disebarkan oleh ahli dan orang awam.<sup>(10)</sup>

Tak hanya itu, menariknya, penelitian ini juga menunjukkan bahwa cuitan profesional kesehatan yang memiliki banyak pengikut cenderung dianggap kredibel oleh penerima informasi. Sebaliknya, cuitan orang awam yang memiliki banyak pengikut cenderung dianggap kurang kredibel. Oleh karena itu, profesional kesehatan yang menjadi pengguna baru Twitter disarankan untuk melakukan *retweet* atau berkomentar terhadap pesan-pesan kesehatan yang telah ada. Hal ini dilakukan untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan dari penerima informasi. Setelah jumlah pengikut bertambah, mereka dapat mulai membuat cuitan pribadi.

Tenaga profesional kesehatan pun harus jeli dalam menyampaikan pesan kesehatan. Hal ini dikarenakan pemilihan kata yang tepat sangat penting, terutama untuk penyakit diabetes melitus tipe 2 yang dianggap sensitif karena berkaitan dengan gaya hidup individu.

Penelitian yang diunggah oleh *Journal of Diabetes Science and Technology* menunjukkan bahwa pengguna Twitter yang mengidap diabetes tipe 2 dapat merasa malu dan bersalah ketika pesan kesehatan yang disampaikan bersifat tidak netral, seperti menggunakan kata candaan atau ekspresi yang ironis. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa banyak cuitan pesan kesehatan yang memperoleh sentimen negatif.<sup>(15)</sup> Oleh karenanya, dalam pembuatan cuitan pesan kesehatan, penting untuk memperhatikan nada tulisan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pesan kesehatan yang disampaikan dengan nada positif, disertai gambar, disampaikan oleh profesional kesehatan, berisi argumen yang panjang, dan berisi pesan yang spesifik, lebih berpeluang untuk di-*retweet*. Ini sejalan dengan penelitian yang menganalisis cuitan di akun Twitter Kementerian Kesehatan RI selama pandemi Covid-19. Penelitian tersebut menemukan bahwa gambar dan video lebih banyak direspons oleh sasaran, baik melalui *like*, *reply*, maupun *retweet*.<sup>(14)</sup>

Selain membagikan informasi melalui cuitan, profesional kesehatan juga perlu melakukan komunikasi dua arah dengan membalas komentar yang masuk.

Hal ini bertujuan untuk mendorong partisipasi dan kolaborasi dengan sasaran. Selain itu, profesional kesehatan juga bisa mengaktifkan fitur pesan langsung (*direct message*) untuk menerima pertanyaan atau tanggapan secara langsung dari pengguna Twitter.

Media sosial dapat menjadi sarana untuk memberikan promosi kesehatan yang merata, termasuk bagi masyarakat yang kurang mampu, tinggal di pedesaan, dan orang dewasa. Selain itu, profesional kesehatan perlu memahami dunia marketing agar dapat menyesuaikan pesan kesehatan dengan ciri khas masing-masing media sosial. Misalnya, Facebook lebih banyak digunakan oleh orang dewasa, sedangkan Twitter lebih banyak digunakan oleh generasi muda.

Penelitian dari *International Journal of Environmental Research and Public Health* menunjukkan bahwa profesional kesehatan dapat melakukan evaluasi terhadap promosi kesehatan yang dilakukan dengan cara melacak aktivitas akun media sosial yang digunakan. Evaluasi dapat dilakukan dengan memperhatikan jumlah input (banyaknya cuitan yang dibuat dalam kurun waktu tertentu) dan output (jumlah pengikut, *likes*, *retweets*, *quote retweets*, dan *comments*).<sup>(9)</sup>

Selain itu, hal yang tak kalah penting adalah untuk menjaga citra positif. Sebuah artikel penelitian dari jurnal *peer-review Perspectives in Public Health* yang membahas cara agar pesan kesehatan dapat menjangkau banyak orang, menyebutkan bahwa tenaga kesehatan seperti dokter dan perawat harus menjaga citra positif saat menggunakan media sosial. Hal ini penting karena dapat meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan dan hubungan antara tenaga kesehatan dan pasien.<sup>(8)</sup>

Kedepannya, sangat diharapkan agar setiap profesional kesehatan memiliki kompetensi untuk menyampaikan pesan kesehatan melalui media sosial.

## KESIMPULAN

Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang telah dianalisis, dapat ditarik kesimpulan bahwa saat ini media sosial memiliki peranan penting untuk menyebarkan pesan kesehatan secara masif. Hanya saja, tenaga kesehatan memerlukan pengetahuan tambahan yang dapat membantu mereka agar pesan kesehatan dapat mencapai sasaran yang dituju.

Pada kasus diabetes melitus yang berdasarkan data-data yang ditemukan telah menunjukkan bahwa penyakit tidak

menular ini tak lagi hanya menyerang individu usia tua, tenaga kesehatan harus memahami bagaimana caranya menyampaikan pesan kesehatan yang disukai oleh generasi muda. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial Twitter yang umumnya dikuasai oleh generasi muda.

Literature review ini setidaknya berhasil menemukan tiga faktor penting yang berperan dalam keberhasilan diseminasi pesan kesehatan melalui Twitter, yakni kebenaran dari isi pesan kesehatan yang dapat dilihat dari profil pengirim pesan tersebut, seperti tenaga kesehatan dan akun resmi kementerian kesehatan, cara penyampaian pesan dengan menggunakan pemilihan kata yang nyaman untuk dibaca, dan komunikasi dua arah yang dapat dilakukan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh penerima informasi melalui kolom komentar ataupun pesan pribadi (*direct message*).

## SARAN

Bagi Tenaga Kesehatan

Memaksimalkan penggunaan Twitter sebagai media untuk mempromosikan kesehatan dan mengedukasi generasi muda tentang bahaya penyakit diabetes melitus.

Memperluas pengetahuan mengenai *digital marketing* untuk mengetahui strategi agar pesan-pesan kesehatan yang dibuat melalui cuitan Twitter dapat tersebar secara luas.

Menjalin komunikasi dua arah dengan penerima pesan kesehatan dengan menanggapi komentar ataupun pertanyaan yang diajukan melalui kolom komentar ataupun pesan pribadi.

Bagi Generasi Z

Memiliki sikap kritis saat menerima pesan kesehatan meskipun pesan tersebut disampaikan oleh professional kesehatan. Melakukan pemeriksaan kembali atas kredibilitas sumber pesan kesehatan yang diterima. Memanfaatkan Twitter sebagai media untuk belajar membangun kebiasaan hidup sehat untuk cegah penyakit tidak menular.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Harvard Health Publishing. The Sweet Danger of Sugar. 2022 Jan; Available from: <https://www.health.harvard.edu/heart-health/the-sweet-danger-of-sugar>.
2. Basu S, Yoffe P, Hills N, Lustig RH. The Relationship of Sugar to Population-Level Diabetes Prevalence: An Econometric Analysis of Repeated Cross-Sectional Data. PLoS One. 2013;8(2).
3. Gavina C, Carvalho DS, Dias DM, Bernardo F, Martinho H, Couceiro J, et al. Premature Mortality in Type 2 Diabetes Mellitus Associated with Heart Failure and Chronic Kidney Disease: 20 Years of Real-World Data. J Clin Med. 2022;11(8).
4. Webber S. International Diabetes Federation. Vol. 102, Diabetes Research and Clinical Practice. 2013. 147–148 p.
5. Arifin B, van Asselt ADI, Setiawan D, Athobari J, Postma MJ, Cao Q. Diabetes distress in Indonesian patients with type 2 diabetes: a comparison between primary and
6. Kemenkes RI. Hasil Riset Kesehatan Dasar Tahun 2018. Kementerian Kesehatan RI. 2018;53(9):1689–99.
7. Indonesian youth. 2021;23371.
8. Zhou J, Liu F, Zhou H. Understanding health food messages on Twitter for health literacy promotion. Perspect Public Health. 2018;138(3):173–9.
9. Stollefson M, Paige SR, Chaney BH, Chaney JD. Evolving role of social media in health promotion: Updated responsibilities for health education specialists. Int J Environ Res Public Health. 2020;17(4).
10. Lee JY, Sundar SS. To Tweet or to Retweet? That Is the Question for Health Professionals on Twitter. Health Commun. 2013;28(5):509–24.
11. Leonita E, Jalinus N. Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur. INVOTEK J Inov Vokasional dan Teknol. 2018;18(2):25–34.

12. Sampurno MBT, Kusumandyoko TC, Islam MA. Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. SALAM J Sos dan Budaya Syar-i. 2020;7(5).
13. Fitriani NS, Wurjanto A, Kusariana N, Yuliawati S. Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Pengaruh Media Sosial dengan Perilaku Konsumsi Makanan Berisiko Diabetes Melitus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. J Epidemiol Kesehat Komunitas. 2022;7(1):404–10.
14. Visina DN, Shaluhayah Z, Indraswari R. Analisis Konten Tweet Pada Akun Twitter Kemenkes Ri Selama Awal Wabah Covid-19 Di Indonesia. J Kesehat Masy. 2021;9(3):344–52.
15. Gabarron E, Dorrnzoro E, Rivera-Romero O, Wynn R. Diabetes on Twitter: A Sentiment Analysis. J Diabetes Sci Technol. 2019;13(3):439–44.
16. Dutta-Bergman MJ. Trusted Online Sources of Health Information: Differences in Demographics, Health Beliefs, and Health-Information Orientation. J Med Internet Res. 2003;5(3).