

เชียงใหม่ทันตแพทยสาร ปีที่ 37 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2559

Chiang Mai Dental Journal Vol.37 No.2 July – December 2016

การพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์บนสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการจัดฟัน

สำหรับวัยรุ่น: กรณีศึกษาในนักเรียน 2 โรงเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Development and Evaluation of the Efficiency of an Online Social Media Video to Promote Knowledge about  
Orthodontic Treatment in Adolescents : A Case Study of Students in Two Schools in AmphoeMuang Chiang Mai

ธนพรรณ วัฒนชัย<sup>1</sup>, ปิยะนารถ ชาติเกตุ<sup>2</sup>, สมฤณ ถนอมกิตติ<sup>3</sup>, ธนพล แสงอาสาทวีริยะ<sup>3</sup>, นมิตา หวังช่อกุล<sup>3</sup>, ประภาสิณี ศรีสุคนธ์มิตร<sup>3</sup>,  
วาริธร ตั้งตระกูลเจริญ<sup>3</sup>, ศรีธนาพร ศรีสกุลนนท์<sup>3</sup>

<sup>1</sup>สาขาภาควิชาทันตกรรมจัดฟัน ภาควิชาทันตกรรมจัดฟันและทันตกรรมสำหรับเด็ก คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

<sup>2</sup>ภาควิชาทันตกรรมครอบครัวและชุมชน คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

<sup>3</sup>นักศึกษา คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Tanapan Wattanachai<sup>1</sup>, Piyanart Chatiket<sup>2</sup>, Khlin Tanomkitti<sup>3</sup>, Thanapol Sangadsapaviriya<sup>3</sup>, Namita Wangsuekul<sup>3</sup>,

Prapasinee Srisukontamit<sup>3</sup>, Waritorn Tangtrakooljaroen<sup>3</sup>, Srithanaporn Srisakulnont<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Division of Orthodontics, Department of Orthodontics and Pediatric Dentistry, Faculty of Dentistry, Chiang Mai University

<sup>2</sup> Department of Family and Community Dentistry, Faculty of Dentistry, Chiang Mai University

<sup>3</sup> Undergraduate student, Faculty of Dentistry, Chiang Mai University

#### บทคัดย่อ

**วัตถุประสงค์:** การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์บนสังคมออนไลน์สำหรับวัยรุ่น เพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการจัดฟันและเพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ

**วัสดุและวิธีการ:** การศึกษาแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ การพัฒนาสื่อ และการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่วัยรุ่นมีต่อสื่อวีดิทัศน์บนสังคมออนไลน์ โดยการพัฒนาด้านผู้วิจัยเลือกใช้สื่อวีดิทัศน์ประเภทไวรัลวิดีโอ ผ่านช่องทางการสื่อสารคือยูทูป โดยจัดวางเนื้อหาและออกแบบรูปแบบการนำเสนอในลักษณะสื่อแบบตอบโต้กับผู้ใช้ โดยสามารถเลือกเรื่องราวที่จะเกิดขึ้นต่อไปผ่านตัวเลือกในสื่อ หลังจากนั้นนำสื่อไปประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจโดยแบบสอบถาม ในกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจง คือ กลุ่มวัยรุ่นอายุ 16-18 ปี จำนวน 60 คน โดยทำแบบสอบถาม 2 ชุด คือ 1) แบบประเมินเพื่อวัดประสิทธิภาพ คือแบบประเมินความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดฟัน มีคะแนนเต็ม 12 คะแนน และแบบประเมินทัศนคติที่เหมาะสมเกี่ยวกับการจัดฟัน จำนวน 18 ข้อ ข้อละ 5 คะแนน โดยวัดก่อนและหลังชมสื่อ 2) แบบประเมินความพึงพอใจต่อสื่อซึ่งมีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ การดำเนินเรื่อง รายละเอียดของสื่อ ประโยชน์ของสื่อ และความพึงพอใจโดยภาพรวม โดยแต่ละด้านมีคะแนนเต็ม 5 คะแนน ทั้งนี้ แบบสอบถามและแบบประเมินมีการทดสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านและทดสอบความเข้าใจต่อคำถามในกลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างก่อนนำไปใช้จริง วิเคราะห์ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงวิเคราะห์ด้วยการทดสอบที

**ผลการศึกษา:** หลังการชมสื่อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดฟันเพิ่มขึ้นแตกต่างจากก่อนชมสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .001$ ) และมีคะแนนทัศนคติที่เหมาะสมเกี่ยวกับการจัดฟันเพิ่มขึ้นแตกต่างจากก่อนชมสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .001$ ) นอกจากนี้ยังพบว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ การดำเนินเรื่อง ( $4.544 \pm 0.523$ ) รายละเอียดของสื่อ ( $4.446 \pm 0.471$ ) ประโยชน์ของสื่อ ( $4.571 \pm 0.618$ ) และความพึงพอใจโดยภาพรวม ( $4.537 \pm 0.506$ )

**บทสรุป:** กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น และมีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขึ้น รวมทั้งมีทัศนคติที่เหมาะสมเกี่ยวกับการจัดฟันเพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ:** สื่อสังคมออนไลน์ วัยรุ่น จัดฟัน ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ

### Abstract

**Objectives:** The purposes of this study were to develop a social media video to promote knowledge about orthodontic treatment in adolescents and to evaluate its efficiency and audience's satisfaction

**Materials and Methods:** This study comprised two sessions. The first session consisted of the production of an interactive video designed to be launched on the social media Youtube website to promote correct knowledge about orthodontic treatment for adolescent audiences. The second session consisted of the evaluation of the audiences' correct knowledge in orthodontic treatment and their satisfaction via questionnaires. The sample for this study consisted of 60 adolescents (16–18 years). The first questionnaire consisted of two parts. Part I was used to assess the audiences' correct knowledge about orthodontic treatment in adolescents (total score 12 points), and to assess the audiences' attitude to orthodontic treatment (total score 90 points) before and after watching the video. This questionnaire was administered before and after showing the video. Part II was used to evaluate the audiences' satisfaction towards this video from four aspects: story continuity, content, benefit and overall satisfaction. This questionnaire was administered only after showing the video. The content validity of the questionnaire was approved by two experts, and tested in similar but separate samples. Data were analyzed using descriptive statistics and the Paired T-test.

**Results:** The audiences' correct knowledge about orthodontic treatment in adolescents and attitude score were statistically significantly improved after watching the video ( $p < .001$ ). The audiences' mean satisfaction scores were high (score 4 of 5) for all four aspects: story continuity ( $4.544 \pm 0.523$ ), content ( $4.446 \pm 0.471$ ), benefit ( $4.571 \pm 0.618$ ) and overall satisfaction ( $4.537 \pm 0.506$ ).

**Conclusions:** The sample audiences were satisfied with this video. They had better understanding regarding orthodontic treatment in adolescents after watching the video as well as improved attitude towards the orthodontic treatment.

**Keywords:** social media, adolescents, orthodontics, efficiency, satisfaction