

Analisis Strategi Media Sosial Akun Tiktok @Tirtacipeng Sebagai Media Komunikasi Kesehatan

Muh. Fariduddin Attar

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
muhfariduddin.22179@mhs.unesa.ac.id

Eko Pamuji

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
ekopamuji@unesa.ac.id

Abstrak

Platform media sosial TikTok, telah berkembang menjadi salah satu sarana penyebaran informasi kesehatan yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan akun TikTok @tirtacipeng dalam menyampaikan informasi kesehatan berdasarkan Teori 4 Pilar Strategi Media Sosial yang dikemukakan oleh Lon Safko dan David K. Brake, yakni komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap konten video yang diunggah pada akun TikTok @tirtacipeng selama periode Oktober 2025 hingga April 2026. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat pilar strategi media sosial telah diterapkan dalam penyampaian informasi kesehatan. Pilar edukasi menjadi pilar yang paling dominan dengan 26 konten, diikuti pilar komunikasi sebanyak 20 konten, pilar kolaborasi sebanyak 10 konten, dan pilar hiburan sebanyak 7 konten. Dominasi pilar edukasi menunjukkan bahwa akun @tirtacipeng berfokus pada penyampaian informasi kesehatan yang informatif, mudah dipahami, dan didukung referensi ilmiah. Sementara itu, pilar komunikasi, kolaborasi, dan hiburan berperan dalam meningkatkan keterlibatan audiens, memperluas jangkauan informasi, serta membuat pesan kesehatan lebih menarik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan keempat pilar strategi media sosial secara terpadu menjadikan akun TikTok @tirtacipeng sebagai media komunikasi kesehatan yang efektif dalam menyampaikan edukasi kepada masyarakat.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, TikTok, Komunikasi Kesehatan, Empat Pilar Strategi Media Sosial.

Abstract

The social media platform TikTok has developed into an effective medium for disseminating health information. This study aims to analyze the communication strategy employed by the TikTok account @tirtacipeng in delivering health information based on the Four Pillars of Social Media Strategy proposed by Lon Safko and David K. Brake, namely communication, collaboration, education, and entertainment. This study employed a qualitative approach using the content analysis method. Data were collected through observation and

documentation of video content uploaded to the @tirtacipeng TikTok account from October 2025 to April 2026. The data were analyzed using the Miles and Huberman model, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing.

The findings indicate that all four pillars of the social media strategy were implemented in the delivery of health information. The education pillar was the most dominant, with 26 pieces of content, followed by the communication pillar with 20 contents, the collaboration pillar with 10 contents, and the entertainment pillar with 7 contents. The dominance of the education pillar indicates that the @tirtacipeng account focuses on delivering informative, easy-to-understand health information supported by scientific references. Meanwhile, the communication, collaboration, and entertainment pillars contribute to increasing audience engagement, expanding the reach of health information, and making health messages more appealing. This study concludes that the integrated implementation of the four pillars of social media strategy has enabled the @tirtacipeng TikTok account to function as an effective health communication medium for delivering health education to the public.

Keywords: *Communication Strategy, Social Media, TikTok, Health Communication, Four Pillars of Social Media Strategy.*

PENDAHULUAN

Saat ini masyarakat Indonesia mulai menunjukkan perubahan signifikan dalam menjaga hidup sehat. Realitas tersebut tercermin dari banyaknya individu yang menerapkan pola hidup sehat dengan berolahraga secara teratur. Olahraga kini pun telah bergeser dari sekadar aktivitas jasmani menjadi tren gaya hidup. Maraknya komunitas olahraga seperti padel, lari, dan sepeda tidak hanya berfungsi sebagai ruang aktivitas semata melainkan telah berkembang menjadi wadah relasi sosial. Survei Popilux mengenai "Understanding Indonesia's Sports Trends" yang dikutip Tempo.co memperkuat adanya fenomena ini, hasil survei tersebut menyebutkan bahwa 68% responden mulai berolahraga 1-2 kali dalam seminggu, 23% responden berolahraga 3-4 kali dalam seminggu, dan 6% responden lainnya berolahraga setiap hari

(Antara, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa olahraga bukan sekedar aktivitas jasmani, melainkan sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Pergeseran ini pun tidak lepas dari pengaruh media sosial yang turut membentuk dan memperkuat kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup sehat

Platform media sosial kini menjadi salah satu pintu utama masyarakat untuk mengakses informasi kesehatan. Konten edukasi yang dikemas secara ringan, singkat, dan disertai elemen visual yang menarik membuat informasi kesehatan jadi lebih mudah dicerna. Hal tersebut juga dibuktikan dengan penelitian National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine (2024) yang menunjukkan bahwa paparan konten kesehatan di media sosial secara konsisten berhubungan dengan perubahan perilaku kesehatan

penggunanya. Kehadiran media sosial tidak hanya mempercepat arus informasi, tetapi juga memperkuat motivasi dan kesadaran masyarakat melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator maupun tenaga kesehatan. Perubahan model komunikasi tersebut menjadi dasar pergeseran preferensi masyarakat, sekaligus menunjukkan adanya perubahan budaya kesehatan di mana masyarakat semakin mengandalkan media sosial sebagai sumber edukasi kesehatan (Saputri Stiawati et al., 2025).

Salah satu platform media sosial yang menjadi wadah bagi masyarakat untuk mengakses informasi edukasi kesehatan adalah TikTok. TikTok adalah platform digital yang diluncurkan oleh perusahaan ByteDance asal Tiongkok pada tahun 2016. Sejak awal kemunculannya, platform TikTok menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Dalam kurun waktu 1 tahun, platform Tiktok telah memiliki sekitar 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video per harinya (Wijaya dalam Bahri et al., 2022).

Pertumbuhan pengguna yang signifikan menjadikan TikTok sebagai salah satu media sosial dengan tingkat popularitas yang tinggi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Berdasarkan laporan survei dari We Are Social dan Meltwater yang dikutip oleh dataloka.id mencatat bahwa Indonesia adalah negara dengan pengguna platform TikTok terbanyak di dunia dengan 194,37 juta pengguna

aktif per Juli 2025 (Nouvan, 2025). Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki jangkauan audiens yang sangat luas, sehingga berpotensi besar sebagai media dalam menyampaikan berbagai jenis informasi kepada masyarakat, termasuk informasi di bidang kesehatan.



Gambar 1. 1 Daftar 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia
(Sumber: <https://dataloka.id/>)

Salah satu faktor yang membuat TikTok berbeda dan unik dibanding platform lainnya adalah sistem algoritma yang dikenal dengan *For You Page* (FYP). Fitur FYP memungkinkan konten yang diunggah oleh pengguna dapat disebarluaskan secara luas kepada seluruh audiens. Hal tersebut mengindikasikan bahwa setiap pengguna memiliki peluang untuk menjangkau audiens dalam jumlah besar, dengan syarat selama konten yang disajikan dianggap relevan, dan menarik perhatian audiens. Mekanisme tersebut juga membentuk pola baru dalam penyebaran informasi di media sosial, di mana jangkauan dan pengaruh suatu konten lebih

ditentukan oleh kualitas konten tersebut.

Kondisi inilah yang kemudian mendorong berbagai pihak, termasuk tenaga kesehatan, untuk memanfaatkan TikTok sebagai sarana komunikasi publik. Para komunikator mulai mengemas informasi kesehatan dalam bentuk konten video pendek yang lebih sederhana, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dalam cara penyampaian pesan kesehatan, dari yang sebelumnya cenderung formal menjadi lebih komunikatif dan adaptif mengikuti karakteristik media digital.

Seiring dengan perkembangan tersebut, fungsi TikTok juga mulai mengalami transformasi. TikTok tidak lagi hanya dipandang sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi yang efektif, khususnya dalam menyampaikan informasi kesehatan. Melalui format video singkat yang didukung elemen audio visual, TikTok mampu menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Hal tersebut juga diperkuat dengan penelitian Comp et al., (2021) yang menyebutkan bahwa aplikasi TikTok berpotensi besar dalam menyebarluaskan informasi seputar kesehatan, karena kontennya yang mudah diakses, dipahami dan dibagikan. Realitas tersebut menandakan TikTok dapat berdampak signifikan dalam memengaruhi pengetahuan dan tingkah laku seseorang terkait kesehatan.

Namun di balik potensinya yang besar, platform TikTok juga sering disalahgunakan sebagai sarana penyebaran informasi yang tidak akurat. Maraknya informasi hoaks yang tersebar pada platform TikTok menuntut masyarakat untuk lebih selektif dan kritis dalam mengonsumsi sebuah informasi, khususnya informasi kesehatan. Berdasarkan survei Kementerian Komunikasi dan Digital (2025) mencatat terdapat 163 konten hoaks yang berkaitan dengan topik kesehatan sepanjang tahun 2024. Tingginya paparan konten hoaks tersebut tidak hanya menyesatkan masyarakat tetapi juga berpotensi membahayakan kesehatan publik.

Penyebaran konten hoaks yang cukup masif juga semakin diperparah dengan rendahnya tingkat literasi kesehatan masyarakat Indonesia. Survei menunjukkan masyarakat di Indonesia tergolong sebagai masyarakat dengan literasi kesehatan yang masih rendah. Penelitian Soemitro (dalam Sahroni et al., 2019) menjelaskan bahwa tingkat literasi kesehatan pada penderita hipertensi di Puskesmas Kabupaten Malang tergolong rendah, dengan persentase sebesar 65,35%. Penelitian lain oleh Soenaryati & Rachman (dalam Ditiaharman et al., 2022) juga menyebutkan bahwa 64% dari 1.029 responden berusia 15-18 tahun mengalami tingkat literasi kesehatan yang rendah.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan yang mendesak

akan hadirnya komunikator kesehatan yang tidak hanya kompeten secara medis, tetapi juga mampu mengemas pesan secara menarik, relevan dengan keseharian, dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan audiens. Oleh karena itu, peran komunikator kesehatan pada platform TikTok menjadi sangat strategis, dan salah satu figur yang berhasil menjalankan peran ini dengan cukup efektif adalah dr. Tirta.

Tirta Mandira Hudhi atau yang lebih akrab dipanggil dengan dr. Tirta merupakan seorang pengusaha, publik figur, dan dokter lulusan Universitas Gadjah Mada (UGM). Sebagai seorang publik figur sekaligus dokter, dr. Tirta memanfaatkan kredibilitasnya dalam mengedukasi masyarakat. Dengan lebih dari 2,7 juta pengikut pada platform TikTok dan berbagai kontennya yang kerap masuk FYP, menjadikan dr. Tirta sebagai salah satu komunikator kesehatan yang paling berpengaruh pada platform tersebut. Melalui konten TikTok yang dikemas secara kreatif dan interaktif, serta disampaikan dengan pendekatan yang santai, personal, dan dekat dengan keseharian audiens, dr. Tirta mampu menyampaikan edukasi kesehatan secara efektif kepada audiens.

Gaya komunikasi dr. Tirta yang khas dan informatif berhasil menghubungkan ketidakseimbangan antara dunia medis yang cukup kompleks dengan pemahaman masyarakat awam. Melalui gaya persuasif yang menggunakan pendekatan emosional dan relevansi

kehidupan sehari-hari, membuat pesan kesehatan yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima oleh audiens. Lebih dari sekadar edukasi, dr. Tirta juga secara aktif mengajak audiensnya untuk rutin berolahraga dan menerapkan pola hidup sehat, sehingga mendorong tumbuhnya kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan.

Penelitian Hinyard & Kreuter (2007) menekankan bahwa melalui aspek narasi dan pendekatan personal yang baik, terbukti mampu meningkatkan pemahaman audiens dalam menerima suatu pesan. Temuan penelitian ini sejalan dengan pendekatan yang dilakukan dr. Tirta dalam mengedukasi pesan kesehatan. Dr. Tirta mampu menempatkan dirinya sebagai “teman”, bukan sebagai publik figur yang bersifat eksklusif dan menggurui. Gaya komunikasi dr. Tirta yang sederhana tentunya menciptakan rasa kedekatan, sehingga audiens merasa nyaman dan terbuka dalam menerima pesan yang disampaikan. Sejalan dengan hal tersebut, konten dr. Tirta yang kerap viral, membuktikan bahwa pesan yang disampaikan tidak sekedar informatif, melainkan juga menghibur dan mudah dinikmati, sehingga memperkuat efektivitas komunikasi persuasif di dalamnya.

Meskipun kajian mengenai komunikator kesehatan di media sosial cukup banyak dilakukan, penelitian yang secara spesifik mengkaji strategi komunikasi akun @tirtacipeng pada

platform TikTok dengan pendekatan teoritis yang komprehensif masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian yang ada cenderung membahas konten kesehatan di TikTok secara umum, tanpa mendalami bagaimana seorang komunikator secara strategis dalam membangun sebuah kontennya. Padahal, pemahaman yang mendalam terhadap strategi komunikasi tersebut sangat diperlukan agar praktik komunikasi kesehatan yang efektif dapat dipelajari, dikembangkan, dan diterapkan secara lebih luas oleh tenaga kesehatan yang ingin berperan aktif pada platform digital, khususnya TikTok.

Guna memahami secara lebih mendalam strategi yang digunakan dr. Tirta dalam konten TikTok-nya, penelitian ini menggunakan kerangka teori 4 Pilar Strategi Media Sosial yang dikemukakan oleh Lon Safko & David K. Brake (2009) dalam bukunya yang berjudul *The Social Media Bible*. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat empat pilar utama dalam membangun strategi media sosial yang efektif, yakni komunikasi (*communication*), kolaborasi (*collaboration*), pendidikan (*education*), dan hiburan (*entertainment*).

Penggunaan teori ini dinilai relevan karena mampu menjelaskan bagaimana sebuah akun media sosial merancang dan mengelola kontennya agar dapat menjangkau audiens, membangun interaksi, serta menyampaikan pesan secara efektif. Keempat pilar tersebut menjadi landasan dalam memahami strategi

komunikasi yang diterapkan suatu akun media sosial, mulai dari cara membangun hubungan dengan audiens, memanfaatkan kolaborasi dengan pihak lain, menyajikan informasi yang bernilai edukatif, hingga mengemas konten secara menarik agar mampu meningkatkan perhatian dan keterlibatan pengguna.

Dalam konteks akun TikTok @tirtacipeng, teori ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana dr. Tirta memanfaatkan setiap pilar dalam menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat. Pilar komunikasi digunakan untuk melihat bagaimana informasi kesehatan disampaikan kepada audiens melalui bahasa yang mudah dipahami dan sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok. Pilar kolaborasi digunakan untuk menganalisis bentuk kerja sama yang dilakukan, baik dengan tenaga kesehatan maupun pihak lain yang memiliki kompetensi dan relevansi terhadap topik yang dibahas. Pilar pendidikan digunakan untuk mengkaji bagaimana konten yang diunggah mampu memberikan pengetahuan serta meningkatkan literasi kesehatan masyarakat melalui informasi yang bersumber dari referensi ilmiah. Sementara itu, pilar hiburan digunakan untuk melihat bagaimana unsur-unsur kreatif, seperti humor, tren, maupun gaya penyampaian yang khas, dimanfaatkan agar konten edukasi kesehatan menjadi lebih menarik dan mudah diterima oleh audiens.

Melalui keempat pilar tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh akun TikTok @tirtacipeng dalam menyampaikan informasi kesehatan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan bentuk konten yang dipublikasikan, tetapi juga mengungkap bagaimana strategi media sosial dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi kesehatan, membangun keterlibatan audiens, serta mendukung upaya peningkatan literasi kesehatan masyarakat melalui platform TikTok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk mengkaji strategi konten akun TikTok @tirtacipeng sebagai media komunikasi kesehatan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami fenomena secara mendalam melalui pemaknaan terhadap data, bukan melalui pengukuran menggunakan angka. Menurut Sugiyono (2014), penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami fenomena pada kondisi alamiah, sedangkan Moleong (2016) menjelaskan bahwa pendekatan ini digunakan untuk memahami suatu fenomena melalui perspektif naturalistik. Metode analisis konten dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan

menginterpretasikan isi pesan dalam bentuk teks, visual, maupun audio secara sistematis berdasarkan konteks penelitian.

Objek penelitian ini adalah konten video TikTok yang diunggah oleh akun @tirtacipeng, sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah akun TikTok @tirtacipeng. Pemilihan objek dan subjek didasarkan pada konsistensi akun tersebut dalam menyajikan konten edukasi kesehatan melalui TikTok. Adapun beberapa kriteria dalam pemilihan konten, yakni konten video yang membahas topik kesehatan, tidak mengandung unsur komersial, diunggah pada periode Oktober 2025 hingga April 2026, memiliki minimal 300.000 kali penayangan, dan berdurasi minimal 30 detik.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung setiap konten video untuk mengidentifikasi penerapan Teori 4 Pilar Strategi Media Sosial yang meliputi komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan cara berupa tangkapan layar (*screenshot*) dan video TikTok sebagai data pendukung dalam proses analisis. Untuk memastikan kredibilitas hasil penelitian, keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber serta melalui

teknik pengumpulan data yang berbeda.

Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses analisis diawali dengan menyeleksi dan mengelompokkan konten yang sesuai dengan kriteria penelitian, kemudian mengategorikannya berdasarkan Teori 4 Pilar Strategi Media Sosial. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk memudahkan interpretasi terhadap temuan penelitian. Tahap akhir dilakukan dengan menarik dan memverifikasi kesimpulan berdasarkan seluruh hasil analisis sehingga mampu menjawab rumusan masalah mengenai penerapan Teori 4 Pilar Strategi Media Sosial dalam konten TikTok @tirtacipeng.

HASIL PEMBAHASAN

Menurut Lon Safko & David K. Brake (2009) keberhasilan dalam membuat konten media sosial harus dibangun atas empat pilar strategi utama, yakni *communication* (komunikasi), *collaboration* (kolaborasi), *education* (edukasi), dan *entertainment* (hiburan). Keempat pilar tersebut saling berkaitan dan dalam menciptakan strategi media sosial yang efektif. Dengan demikian, keberhasilan penggunaan media sosial tidak hanya ditentukan oleh platform yang digunakan, tetapi juga oleh bagaimana

keempat pilar tersebut diterapkan dalam setiap konten yang dibuat.

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten video TikTok @tirtacipeng, dr. Tirta berhasil menerapkan empat pilar secara konsisten dalam setiap kontennya. Melalui komunikasi yang baik, kolaborasi dengan berbagai pihak, penyampaian edukasi yang mudah dipahami, serta adanya unsur hiburan yang menarik, menjadikan konten yang dibuat tidak hanya mampu menarik perhatian, tetapi juga memberikan manfaat dan pengetahuan bagi audiens. Berikut adalah analisis dari setiap pilar yang terdapat di dalam konten TikTok @tirtacipeng.

1. Pilar Komunikasi

Menurut Lon Safko & David K. Brake (2009), pilar komunikasi adalah pilar media sosial yang berfokus pada penyampaian pesan secara jelas, terbuka, dan mampu membangun hubungan dengan audiens. Dalam media sosial, pilar komunikasi tidak hanya berkaitan dengan cara menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi relevan dengan kebutuhan audiens serta mampu merespons fenomena yang sedang berkembang. Pada akun TikTok @tirtacipeng, penerapan pilar Komunikasi terlihat melalui transparansi pesan, relevansi kontekstual terhadap fenomena, dan responsivitas terhadap pertanyaan dan kebutuhan informasi audiens.

Salah satu penerapan pilar komunikasi pada akun TikTok @tirtacipeng dapat dilihat melalui

konten yang membahas kebiasaan anak muda, dalam mengonsumsi minuman manis. Topik tersebut dipilih karena sering menjadi perhatian dan pertanyaan di kalangan masyarakat terkait dampak konsumsi gula bagi kesehatan.



Gambar 4. 1 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Konsumsi Gula Berlebih

(Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSQLvYJUx/>)

Melalui video tersebut, dr. Tirta merespons kebutuhan informasi audiens dengan mengemas topik tersebut menjadi konten edukatif yang sederhana dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa dr. Tirta juga cukup aktif dalam memenuhi kebutuhan informasi audiensnya dengan menghadirkan konten yang relevan dengan permasalahan yang sering ditemui pada realitas kehidupan masyarakat.

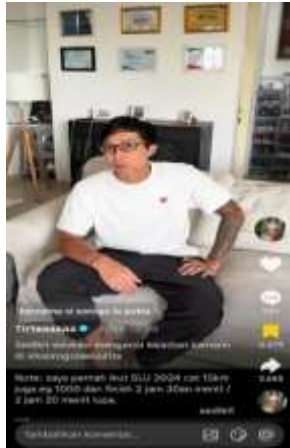
Konten tersebut juga menunjukkan transparansi pesan dalam penyampaian edukasi kesehatan. dr. Tirta tidak hanya memberikan jawaban singkat mengenai solusi untuk mengurangi konsumsi gula berlebih, tetapi juga memberikan jawaban

terhadap masalah yang ada. Pesan tersebut juga diperkuat dengan adanya sumber yang merujuk pada paper sebagai dasar dalam edukasi yang disampaikan.

"Saran saya ya mulai melakukan substitusi. Jadi, gula pasirnya disubstitusi dengan gula tambahan yang resikonya paling kecil, yang indeks glikemiknya rendah. Dari beberapa paper sih ada banyak hal, mulai dari gula jagung atau sekarang ada yang namanya stevia".

Kutipan dalam konten tersebut menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya berdasarkan pendapat pribadi, tetapi juga didukung oleh sumber ilmiah yang relevan.

Penerapan pilar komunikasi pada akun TikTok @tirtacipeng tidak hanya terlihat dari transparansi informasi yang disampaikan, tetapi juga dari kemampuannya dalam merespons isu yang sedang menjadi perhatian masyarakat. Kemampuan tersebut tercermin melalui pemilihan topik konten yang relevan dengan peristiwa atau fenomena yang tengah ramai diperbincangkan. Salah satu contohnya dapat dilihat pada konten yang membahas event trail run "SikSOROGO" yang sempat menjadi sorotan publik karena menimbulkan korban jiwa.



Gambar 4. 2 konten TikTok @Tirtacipeng tentang Event Trail Run Siksorogo
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQLcna8B/>)

Dalam video tersebut, dr. Tirta merespons kejadian yang terjadi dengan memberikan penjelasan dan pandangan yang berkaitan dengan aspek kesehatan dan keselamatan peserta.

"Jadi, saya harap buat kawan-kawan stop saling menyalahkan. Saya tahu SLU ini sudah mengadakan event dengan baik. dan betul memang kamu harus memilih event yang proper. Jadi, tanggung jawabnya di diri kalian sebagai peserta. Pilih event yang proper. Pilih event sesuai kemampuan kalian dan tanggung jawab dengan latihan, ya kalau kalian belum pernah latihan, jangan nekat karena resikonya besar. Itu aja dari saya. Salam sehat dan latihan."

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa dr. Tirta tidak sekadar membahas peristiwa yang sedang ramai diperbincangkan, tetapi juga memanfaatkannya sebagai sarana untuk memberikan edukasi kepada audiens. Hal ini menunjukkan adanya relevansi terhadap fenomena yang

sedang terjadi, karena pesan yang disampaikan disesuaikan dengan isu yang sedang menjadi perhatian publik. Respons yang tepat terhadap fenomena tersebut membuat konten TikTok @tirtacipeng lebih aktual dan aktif dalam mengikuti perkembangan fenomena yang sedang terjadi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pilar communication pada akun TikTok @tirtacipeng diwujudkan melalui penyampaian pesan yang transparan, pemilihan topik yang relevan dengan kehidupan audiens, serta kemampuan merespons fenomena yang sedang berkembang. Ketiga aspek tersebut mendukung terciptanya komunikasi yang lebih efektif sehingga informasi kesehatan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan lebih baik oleh audiens.

2. Pilar Kolaborasi

Menurut Lon Safko & David K. Brake (2009), pilar kolaborasi adalah bentuk konten atau aktivitas media sosial yang menekankan pada kerja sama dan interaksi antara individu maupun kelompok dalam menciptakan kedekatan serta menyebarkan informasi. Pilar kolaborasi bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens melalui komunikasi dua arah, pertukaran ide, maupun kerja sama dengan pihak lain. Dalam platform TikTok, pilar kolaborasi dapat diwujudkan melalui berbagai hal, seperti diskusi secara

terbuka pada kolom komentar, penggunaan fitur khusus, dan bekerja sama dengan kreator atau pihak yang kredibel terhadap topik yang dibahas.

Pada platform TikTok, pilar kolaborasi berperan penting dalam meningkatkan jangkauan audiens dan memperkuat kredibilitas konten. Adanya pilar kolaborasi memungkinkan kreator untuk menghadirkan sudut pandang baru dengan makna yang sama sehingga konten terasa lebih menarik dan interaktif. Selain itu, kolaborasi dengan pihak lain juga dapat meningkatkan engagement karena audiens dari kedua akun dapat saling berinteraksi dalam satu konten yang sama.



Gambar 4. 3 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Sistem Pencernaan
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQNJyCLB/>)

Gambar tersebut menunjukkan salah satu bentuk penerapan pilar kolaborasi yang dilakukan oleh akun TikTok @tirtacipeng melalui kerja sama secara langsung (horizontal) dengan praktisi kesehatan lain. Dalam konten tersebut, dr. Tirta berkolaborasi dengan dr. Agung Widiyanto dalam membahas isu kesehatan terkait sistem

pencernaan. Kolaborasi ini dilakukan karena dr. Agung Widiyanto memiliki kredibilitas dan pengetahuan yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas.

Penerapan pilar kolaborasi dalam konten TikTok @tirtacipeng juga diwujudkan melalui pemanfaatan salah satu fitur platform TikTok, yakni *collaborator*. Melalui fitur tersebut, dr. Tirta dapat membuat konten bersama kreator atau akun lain sehingga informasi yang disampaikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan fitur *collaborator* juga menunjukkan adanya kerja sama antar pengguna dalam menyebarkan informasi dan membangun interaksi di media sosial.



Gambar 4. 4 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Gerakan Pemanasan Sebelum dan Setelah Lari
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQNd61h5/>)

Gambar tersebut menunjukkan penggunaan fitur *collaborator* antara akun TikTok @tirtacipeng dan @doktermedok dalam suatu konten video yang membahas gerakan pemanasan sebelum dan setelah lari. Penggunaan fitur *collaborator* menjadikan konten yang diunggah

dapat tampil pada kedua akun secara bersamaan sehingga berpotensi menjangkau lebih banyak audiens. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas penyebaran informasi kesehatan, tetapi juga mempertemukan audiens dari kedua akun untuk memperoleh edukasi yang sama.

Melalui berbagai bentuk kolaborasi yang dilakukan, akun TikTok @tirtacipeng tidak hanya memanfaatkan kolaborasi untuk menghasilkan konten, tetapi juga untuk memperkuat informasi yang disampaikan kepada audiens. Keterlibatan berbagai pihak yang memiliki kompetensi pada bidangnya memberikan perspektif tambahan yang relevan terhadap topik yang dibahas. Kehadiran pihak-pihak tersebut membuat pembahasan menjadi lebih kuat dan membantu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap konten edukasi yang disampaikan.

3. Pilar Edukasi

Menurut Lon Safko & David K. Brake (2009), pilar edukasi adalah bentuk konten media sosial yang digunakan untuk memberikan pengetahuan, pemahaman, serta informasi yang bermanfaat bagi audiens. Pilar edukasi bertujuan memberikan nilai tambah bagi audiens, sehingga tidak hanya meningkatkan wawasan dan pengetahuan, tetapi juga membangun kredibilitas kreator sebagai sumber informasi yang terpercaya. Selain berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang informatif

dan mudah dipahami, konten edukasi juga perlu dikemas secara menarik dan menghibur agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh audiens. Dalam akun TikTok @tirtacipeng, pilar edukasi menjadi salah satu pilar yang paling dominan karena sebagian besar kontennya berisi tentang edukasi yang membahas kesehatan, gaya hidup, olahraga, dan fenomena sosial yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat.

Penerapan pilar edukasi pada konten TikTok @tirtacipeng terlihat dari konsistensi dr. Tirta dalam menghadirkan konten edukasi kesehatan yang informatif dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Berbagai topik kesehatan dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga audiens dapat memperoleh edukasi tanpa merasa kesulitan memahami informasi yang disampaikan. Salah satu contohnya terlihat pada konten yang membahas kebiasaan rebahan setelah makan.



Gambar 4. 5 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Kebiasaan Rebahan Setelah Makan

(Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSQNNDR4x/>)

Pada konten tersebut, dr. Tirta membahas salah satu misinformasi kesehatan yang masih sering dipercaya oleh masyarakat, yakni anggapan bahwa rebahan setelah makan dapat menyebabkan kenaikan berat badan. Melalui penjelasan yang disampaikan, dr. Tirta berupaya meluruskan anggapan tersebut dengan menjelaskan proses pencernaan makanan dan dampak yang sebenarnya terjadi.

"Enggak selalu, enggak selalu tergantung apa yang dimakan gitu. Itu mitos juga jangan rebahan setelah makan nanti cepat gemuk. Tubuh tidak langsung mencerna kayak gitu. Tubuh ketika makanan masuk ke dalam tubuh itu dia harus diolah di lambung dulu selama beberapa jam. Setelah itu keluar ke usus baru mengalami penyerapan. Dan proses dari masuk ke mulut sampai diserap oleh tubuh itu bisa 6 sampai 8 jam. Jadi bukan berarti ketika kamu habis makan terus rebahan itu langsung gembrot, itu enggak itu ikan kembung mas dan bukan kucing juga."

"Pada dasarnya habis makan terus rebahan itu hanya bisa menyebabkan sebuah dua penyakit namanya dispepsia sama GERD. Jadi, karena gravitasi terus rebahan otomatis kan makanan jadi horizontal. Tubuh kita jadinya bisa refluks dan itu bisa membuat perut menjadi sebah, dispepsi, dan bisa menyebabkan refluks jadinya GERD. Nah itu contohnya. Kenapa disarankan habis makan jangan rebahan dulu? Karena bisa mengganggu sistem

pencernaan bukan gembrot, tapi mengganggu sistem pencernaan."

Penjelasan tersebut menunjukkan adanya upaya edukasi untuk meluruskan pemahaman yang kurang tepat terkait kebiasaan rebahan setelah makan. Melalui penjelasan yang disampaikan, audiens tidak hanya memperoleh informasi mengenai dampak kebiasaan tersebut, tetapi juga memahami alasan dan proses yang mendasarinya.

Penerapan pilar edukasi pada akun TikTok @tirtacipeng juga terlihat dari penggunaan jurnal dan referensi ilmiah sebagai rujukan dalam penyampaian informasi kesehatan. Penggunaan referensi tersebut membuat informasi yang disampaikan tidak hanya lebih jelas, tetapi juga memiliki dasar yang kuat karena didukung oleh data dan fakta yang relevan. Kehadiran sumber ilmiah ini membantu meningkatkan kualitas edukasi yang diberikan, sehingga audiens dapat memperoleh informasi kesehatan yang lebih akurat dan dapat dipercaya.



Gambar 4. 6 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Pentingnya Olahraga Bagi Kesehatan (Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQNB284r/>)

Salah satu bentuk pemanfaatan rujukan ilmiah pada akun TikTok @tirtacipeng terlihat dalam konten video yang membahas pentingnya olahraga bagi kesehatan, di mana informasi yang disampaikan didukung oleh temuan dari jurnal ilmiah yang relevan. Melalui konten yang disampaikan, dr. Tirta menjelaskan bahwa aktivitas fisik yang dilakukan secara rutin, setidaknya 150 menit per minggu, dapat memberikan berbagai manfaat bagi tubuh, seperti menjaga massa otot, mencegah sarkopenia, serta mendukung kesehatan sistem kardiovaskular. Penjelasan tersebut terlihat dalam kutipan berikut.

"Jadi olahraga itu memang dari berbagai jurnal dan paper, kalau dilakukan rutin minimal 150 menit per minggu, itu bermanfaatnya banyak. Bermanfaat buat massa otot, terus bermanfaat mencegah sarkopenia atau pengurangan massa otot pada masa tua, dan bermanfaat buat sistem kardiosvakular utamanya jantung."

Pilar edukasi dalam konten tersebut juga tercermin dari cara dr. Tirta mengemas informasi medis yang kompleks menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami. Hal ini dilakukan melalui penggunaan bahasa sehari-hari, analogi sederhana, dan mengaitkannya dengan contoh dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan tersebut memungkinkan audiens memahami informasi yang disampaikan tanpa harus memiliki pengetahuan medis yang mendalam, sehingga proses edukasi dapat

berlangsung secara lebih efektif dan komunikatif.

"Tapi bukan berarti nek kowe olahraga teratur kowe langsung raiso mati abadi koyok vampir ngono, bos. Ora iso. Tetap namanya kematian itu tidak bisa ditebak, gitu loh. "

"Jadi sebenarnya itu ibaratnya adalah kamu diberikan anugerah berupa tubuh dan fisik. Nah, terserah kamu mau tubuhnya dikasih seperti apa, dijadikan seperti apa. Mau dikasih makan terus atau ultra proses food terus monggo, arep ngudud terus paspus paspus, ngepad ngepod terus yo monggo, arep mendem yo monggo..."

Penggunaan istilah yang komunikatif membantu menyederhanakan informasi medis yang kompleks sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dr. Tirta juga memanfaatkan unsur komunikasi nonverbal, seperti ekspresi wajah yang tegas, gestur tangan yang aktif, dan intonasi bicara yang jelas untuk menekankan poin-poin penting edukasi disetiap kontennya. Kombinasi antara penyederhanaan bahasa dan penggunaan unsur nonverbal tersebut membuat konten lebih menarik serta membantu audiens memahami informasi kesehatan yang disampaikan secara lebih efektif.

Salah satu bentuk penerapan pilar edukasi dalam konten TikTok @tirtacipeng juga terlihat dari adanya

elemen visual yang berfungsi membantu menjelaskan isi konten yang disampaikan. Pada salah satu konten yang membahas bulu kelamin pada area reproduksi, dr. Tirta menggunakan gambar ilustrasi untuk membantu menjelaskan edukasi yang disampaikan.



Gambar 4. 7 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Bulu Di Area Intim
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQNyshLP/>)

Adanya ilustrasi tersebut membantu informasi yang disampaikan menjadi lebih jelas dan mudah dipahami. Penggunaan aspek visual juga membantu audiens untuk memahami inti pembahasan dengan lebih cepat, terutama mengingat karakteristik platform TikTok yang mengutamakan durasi singkat dan penyampaian informasi secara visual.

Pada kolom komentar video tersebut terlihat berbagai respons dari audiens, baik berupa opini maupun pengalaman pribadi yang relevan dengan topik yang dibahas. Munculnya beragam tanggapan tersebut menunjukkan adanya keterlibatan audiens terhadap konten yang disajikan serta ketertarikan

mereka untuk berbagi pandangan dan pengalaman terkait isu yang dibahas.



Gambar 4. 8 Komentar Audiens terhadap Gaya Penyampaian dr. Tirta
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQNyshLP/>)

Berdasarkan hasil analisis, konten TikTok @tirtacipeng menunjukkan penerapan pilar edukasi yang kuat dalam penyampaian informasi kesehatan. Hal tersebut terlihat dari berbagai jenis konten yang diproduksi, seperti pelurusan misinformasi kesehatan, penggunaan jurnal dan referensi ilmiah sebagai dasar penyampaian informasi, serta penjelasan medis yang dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain itu, penggunaan elemen visual juga membantu memperjelas pesan yang disampaikan. Berbagai unsur tersebut menunjukkan bahwa konten TikTok @tirtacipeng tidak hanya berfokus pada penyajian konten yang menarik, tetapi juga berperan sebagai sarana edukasi yang membantu audiens memahami informasi kesehatan yang disampaikan.

4. Pilar Hiburan

Menurut Lon Safko & David K. Brake (2009), pilar hiburan adalah bentuk penyajian konten di media sosial yang dirancang untuk menghibur audiens sehingga dapat menarik perhatian, meningkatkan

keterlibatan, dan mendorong audiens untuk terus mengikuti konten yang disajikan. Dalam platform TikTok, pilar hiburan menjadi salah satu faktor penting karena mayoritas pengguna cenderung menyukai konten dengan durasi pendek namun tetap menarik dan menghibur. Oleh karena itu, pilar hiburan biasanya ditunjukkan melalui penggunaan humor, komunikasi nonverbal, gaya komunikasi yang unik, hingga penyampaian konten yang mengikuti tren media sosial. Penerapan pilar hiburan pada akun TikTok @tirtacipeng terlihat dari beberapa kontennya yang dikemas menjadi lebih santai, menarik, dan menghibur bagi audiens, khususnya kalangan anak muda.



Gambar 4. 9 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Konsumsi Susu Saat Berbuka Puasa

(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQFd7YS2/>)

Konten tersebut menunjukkan salah satu bentuk penerapan pilar hiburan dalam konten @tirtacipeng. Pada 9 detik pertama video, dr. Tirta menunjukkan *hook* berupa komunikasi nonverbal melalui ekspresi wajah yang datar dan dramatis ketika membahas topik kesehatan. Terlihat dr. Tirta

menampilkan ekspresi cuek dengan tangan menutupi sebagian dagu dan mulut, tatapan mengarah ke bawah, serta posisi tubuh sedikit membungkuk ke depan seolah sedang mendengarkan pertanyaan. Namun, sebelum pertanyaan tersebut selesai disampaikan, dr. Tirta secara tiba-tiba memotong alur pembicaraan dengan respons spontan berupa ucapan "GAAAKK!!!" yang disampaikan dengan intonasi tinggi.

Perubahan yang terjadi secara mendadak tersebut menciptakan unsur kejutan yang mampu menarik perhatian audiens pada awal video. Selain itu, penggunaan ekspresi wajah, gestur, dan gaya penyampaian yang ekspresif membuat konten terasa lebih dinamis dan tidak monoton. Kombinasi unsur-unsur tersebut membantu menciptakan pengalaman menonton yang lebih menarik sehingga audiens terdorong untuk terus mengikuti isi konten yang disampaikan.



Gambar 4. 10 Komentar Audiens terhadap Ekspresi dr. Tirta

(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSQFd7YS2/>)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang ekspresif mampu menciptakan ketertarikan audiens terhadap konten yang disajikan. Hal ini terlihat dari banyaknya komentar yang menyoroti ekspresi wajah dan gaya penyampaian

dr. Tirta dalam video. Respons tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya memperhatikan informasi kesehatan yang disampaikan, tetapi juga pada cara pesan tersebut dikomunikasikan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *hook* yang menarik pada awal video mampu membangun rasa penasaran dan mendorong audiens untuk terus menyaksikan konten. Selain meningkatkan daya tarik konten, strategi tersebut juga mendorong keterlibatan audiens melalui berbagai tanggapan yang diberikan pada kolom komentar.

Selain komunikasi nonverbal, penerapan pilar hiburan juga terlihat pada gaya komunikasi dr. Tirta yang blak-blakan, tegas, dan menggunakan bahasa nonformal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Gaya komunikasi inilah yang kemudian menjadi salah satu ciri khas penyampain edukasi dalam berbagai kontennya. Penggunaan bahasa yang santai dan apa adanya membuat edukasi yang disampaikan terasa lebih ringan dan mudah diterima oleh audiens, khususnya anak muda.



Gambar 4. 11 Konten TikTok @tirtacipeng tentang Kebiasaan Pria yang jarang mengganti Celana Dalam

(Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSQFRcwEC/>)

Pada konten tersebut, dr. Tirta menjelaskan permasalahan kesehatan pada organ reproduksi yang dapat disebabkan oleh kebiasaan jarang mengganti celana dalam. Edukasi disampaikan dengan gaya komunikasi yang satir, blak-blakan, dan humoris sehingga menciptakan kesan yang menghibur sekaligus menarik perhatian audiens. Gaya penyampaian tersebut membuat topik kesehatan yang cenderung sensitif terasa lebih ringan sehingga pembahasan tidak terkesan kaku dan lebih menarik untuk diikuti. Karakteristik gaya komunikasi tersebut terlihat dari penggunaan ungkapan yang spontan dan bernuansa humor sebagai bentuk penegasan terhadap pesan yang disampaikan. Salah satu bentuk gaya komunikasi dalam video tersebut, yakni:

"Sitik-sitik, ganteng-ganteng galer, ganteng-ganteng manuke gatel"

Kutipan tersebut menunjukkan penggunaan bahasa yang spontan, blak-blakan, dan cenderung vulgar, namun tetap komunikatif sehingga

mampu menarik perhatian audiens. Gaya penyampaian seperti ini juga sering digunakan dr. Tirta sebagai bentuk penegasan terhadap pesan yang disampaikan. Penggunaan bahasa yang dekat dengan percakapan sehari-hari membuat audiens lebih mudah memahami informasi kesehatan yang diberikan sekaligus menciptakan suasana konten yang lebih santai dan menghibur.

Melalui berbagai unsur yang terdapat di dalam konten videonya, dapat disimpulkan bahwa akun TikTok @tirtacipeng telah menerapkan pilar hiburan secara kuat dalam strategi komunikasinya. Unsur hiburan yang dipadukan dengan edukasi kesehatan menjadikan konten lebih menarik dan komunikatif, sehingga mampu menciptakan pengalaman menonton yang tidak monoton bagi audiens. Kondisi ini menunjukkan bahwa pilar hiburan tidak hanya berperan dalam meningkatkan daya tarik konten, tetapi juga mendukung proses penyampaian pesan kesehatan dengan cara yang lebih dekat dengan karakteristik audiens di media sosial, khususnya generasi muda.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan Teori 4 Pilar Strategi Media Sosial Lon Safko dan David K. Brake pada akun TikTok @tirtacipeng sebagai media komunikasi kesehatan. Berdasarkan observasi terhadap 58 konten video dan analisis mendalam pada sembilan

video sebagai unit analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa akun @tirtacipeng telah menerapkan seluruh pilar strategi media sosial, yaitu communication, collaboration, education, dan entertainment.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pilar education menjadi yang paling dominan dengan 26 konten, diikuti communication sebanyak 20 konten, collaboration sebanyak 10 konten, dan entertainment sebanyak 7 konten. Dominasi pilar edukasi menunjukkan bahwa akun @tirtacipeng berfokus pada penyampaian informasi kesehatan yang informatif dan bermanfaat bagi masyarakat.

Penerapan pilar komunikasi terlihat dari penyampaian informasi yang jelas dan relevan, pilar kolaborasi melalui kerja sama dengan tenaga kesehatan dan pemanfaatan fitur kolaborasi TikTok, pilar edukasi melalui penyampaian informasi berbasis referensi ilmiah dengan bahasa yang mudah dipahami, serta pilar hiburan melalui penggunaan humor dan gaya komunikasi yang santai sehingga konten lebih menarik bagi audiens.

Secara keseluruhan, penerapan keempat pilar tersebut saling melengkapi dalam mendukung efektivitas komunikasi kesehatan di TikTok. Kombinasi komunikasi yang jelas, kolaborasi yang kredibel, edukasi yang informatif, dan hiburan yang menarik menjadikan akun @tirtacipeng

sebagai contoh pemanfaatan media sosial yang efektif untuk menyampaikan edukasi kesehatan kepada masyarakat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi kesehatan perlu terus dioptimalkan oleh berbagai pihak. Praktisi kesehatan maupun kreator konten diharapkan mampu menyampaikan informasi kesehatan dengan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami, serta didukung oleh referensi ilmiah agar informasi yang disampaikan tetap akurat dan kredibel. Selain itu, kemampuan membangun kedekatan dengan audiens melalui gaya komunikasi yang menarik dan sesuai dengan karakteristik media sosial juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

Institusi kesehatan diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara lebih optimal sebagai media edukasi kesehatan, sekaligus meningkatkan kompetensi komunikasi digital tenaga kesehatan agar mampu menghasilkan konten yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Upaya penyebaran informasi yang akurat dan berbasis bukti ilmiah juga perlu dilakukan secara konsisten sebagai langkah untuk meminimalkan penyebaran misinformasi kesehatan.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan

pendekatan kuantitatif guna mengukur efektivitas komunikasi kesehatan terhadap perubahan perilaku audiens. Selain itu, penelitian komparatif terhadap akun kesehatan lain dengan karakteristik yang berbeda juga dapat dilakukan untuk memperluas pemahaman mengenai penerapan strategi komunikasi kesehatan di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2025). *Survei Menunjukkan Mayoritas Masyarakat Kini Gemar Berolahraga*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/survei-menunjukkan-mayoritas-masyarakat-kini-gemar-berolahraga-1201407>
- Bahri, A., Damayanti, C. M., & Alfarisy, F. (2022). APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS DI INDONESIA. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(6), 120-130. <https://doi.org/10.59141/jiss.v3i01.525>
- Comp, G., Dyer, S., & Gottlieb, M. (2021). Is TikTok The Next Social Media Frontier for Medicine? *AEM Education and Training*, 5(3), 1-4. <https://doi.org/10.1002/aet2.10532>
- Ditiharman, F., Agsari, H., & Syakurah, R. A. (2022). LITERASI KESEHATAN DAN PERILAKU MENCARI INFORMASI KESEHATAN INTERNET PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(1), 355-365. <https://doi.org/10.31004/prepotif.v6i1.2762>

- Hinyard, L. J., & Kreuter, M. W. (2007). Using narrative communication as a tool for health behavior change: A conceptual, theoretical, and empirical overview. *Health Education and Behavior*, 34(5), 777–792.
<https://doi.org/10.1177/1090198106291963>
- KOMDIGI. (2025). *Komdigi Identifikasi 1.923 Konten Hoaks Sepanjang Tahun 2024*. KOMDIGI.
<https://www.komdigi.go.id/berita/siaranpers/detail/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-sepanjang-tahun-2024>
- National Academies of Sciences, Engineering, and M. (2024). *Social media and adolescent health*. Washington, DC: The National Academies Press.
<https://doi.org/10.17226/27396>
- Nouvan. (2025). *Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2025*. Dataloka.Id.
<https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>
- Safko, L., & Brake, and D. (2009). *The Social Media Bible*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sahroni, Dien Ashari, T. K. (2019). Determinan Sosial Terhadap Tingkat Literasi Kesehatan Pada Pasien Hipertensi di Puskesmas Kota Cilegon. *Jurnal Kesehatan Faletahan*, 6(3), 111–117.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33746/fhj.v6i3.94>
- Stiawati, S., Adam, A., & Alim, A. (2025). Persepsi Tenaga Kesehatan terhadap Dampak Perubahan Sosial Budaya atas Pelayanan Kesehatan: Studi Kualitatif di Puskesmas Kabupaten Minahasa. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia*, 10(1).
<https://doi.org/https://jurnal.unar.ac.id/index.php/health/article/view/2137>