

---

# STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MEMPROMOSIKAN FITNESS MELALUI TIKTOK: STUDI KASUS AKUN @ADE RAI

Oleh:

Risal<sup>1</sup>

Farida Nurul Rahmawati<sup>2</sup>

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: [230531100179@student.trunojoyo.ac.id](mailto:230531100179@student.trunojoyo.ac.id)

**Abstract.** This study aims to understand how Ade Rai utilizes TikTok as an effective medium for health communication, particularly in promoting a healthy lifestyle. Using a descriptive qualitative method and a case study approach, guided by the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory, this research examines the content structure, communication style, and audience responses to videos posted on the TikTok account @ade\_rai. The findings reveal that visually engaging content, simple yet meaningful messages, and a down-to-earth communication approach successfully attract audience attention, build emotional engagement, and encourage behavioral changes toward healthier living. Positive interactions such as comments, likes, and user testimonials serve as indicators of the effectiveness of the communication strategy. Furthermore, Ade Rai's responsiveness to audience questions and needs strengthens the impact of the health messages delivered. This study affirms that TikTok holds significant potential as a digital health education platform, especially when content is tailored to the characteristics and preferences of younger generations as the primary users of the platform.

**Keywords:** Tiktok, Health Communication, Ade Rai, Fitness, Healthy Lifestyle, S-O-R Theory, Digital Media.

# STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MEMPROMOSIKAN FITNESS MELALUI TIKTOK: STUDI KASUS AKUN @ADE RAI

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Ade Rai memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi kesehatan yang efektif, khususnya dalam mempromosikan gaya hidup sehat. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan studi kasus, serta mengacu pada teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), penelitian ini menelaah struktur konten, gaya komunikasi, dan respons audiens terhadap video-video yang diunggah di akun TikTok @ade\_rai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyajian konten yang menarik secara visual, penyampaian pesan yang sederhana namun bermakna, serta pendekatan komunikasi yang membumbui mampu menarik perhatian audiens, membangun keterlibatan emosional, dan mendorong perubahan perilaku menuju hidup yang lebih sehat. Interaksi positif dalam bentuk komentar, likes, dan testimoni pengguna menjadi indikator keberhasilan strategi komunikasi yang digunakan. Selain itu, kemampuan Ade Rai dalam menjawab pertanyaan dan merespons kebutuhan audiens secara langsung turut memperkuat efektivitas pesan yang disampaikan. Penelitian ini menegaskan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media edukasi kesehatan digital yang efektif, terutama jika konten disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan generasi muda sebagai pengguna utama platform ini.

**Kata Kunci:** Tiktok, Komunikasi Kesehatan, Ade Rai, Kebugaran, Gaya Hidup Sehat, Teori S-O-R, Media Digital.

## LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi informasi telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebarluasan informasi kesehatan kepada masyarakat. Salah satu platform digital yang saat ini banyak diminati adalah TikTok, sebuah media sosial berbasis video singkat yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana edukatif, termasuk dalam promosi gaya hidup sehat<sup>1</sup>. Dengan format konten yang menarik, cepat, dan mudah diakses, TikTok memiliki potensi besar untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan, terutama kepada generasi muda yang menjadi pengguna utamanya. Dalam konteks ini, komunikasi kesehatan memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi secara efektif. Bukan hanya tentang memberikan pengetahuan medis, namun juga bagaimana pesan tersebut dikemas agar mudah dipahami, menarik,

---

<sup>1</sup> Najmi Nafis et al., “E-Journal of Media & Society The Level of Effectiveness of Healthcare Education on Tiktok” 8, no. 1 (2025): 48–57.

dan mampu mendorong perubahan perilaku. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang kreatif dan sesuai dengan karakteristik media sosial agar pesan kesehatan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas<sup>2</sup>.

Salah satu tokoh yang aktif menggunakan TikTok untuk menyebarkan informasi seputar kesehatan dan kebugaran adalah Ade Rai, seorang atlet binaraga, motivator kebugaran, dan figur publik yang telah lama dikenal di Indonesia. Dalam akun TikToknya, Ade Rai secara konsisten membagikan beragam konten edukatif yang membahas pola makan sehat, pentingnya aktivitas fisik, serta tips dan panduan latihan kebugaran yang dapat diterapkan oleh berbagai kalangan. Ia juga kerap menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari pengikutnya, menunjukkan bahwa konten yang ia sajikan bersifat dua arah dan responsif terhadap kebutuhan audiens. Kehadiran Ade Rai di platform ini menunjukkan bagaimana figur otoritatif di bidangnya dapat memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pesan-pesan kesehatan ke masyarakat luas, khususnya generasi muda<sup>3</sup>.

Gaya komunikasi yang digunakan Ade Rai di TikTok mencerminkan pendekatan yang persuasif namun tetap membumi. Ia menghindari bahasa yang terlalu teknis, memilih untuk menyampaikan informasi dengan cara yang sederhana, relatable, dan disertai dengan contoh-contoh konkret yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini membuat pesan-pesan kesehatan yang disampaikannya terasa lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens dari berbagai latar belakang<sup>4</sup>. Selain itu, penggunaan elemen visual seperti demonstrasi latihan, ilustrasi perbandingan tubuh, hingga ekspresi yang penuh semangat turut meningkatkan daya tarik kontennya. Strategi komunikasi semacam ini menjadikan konten Ade Rai sebagai objek yang menarik untuk diteliti, khususnya dalam konteks efektivitas penyampaian pesan kesehatan melalui media sosial berbasis video pendek seperti TikTok<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Siti Silatur Rahmi and Fenny Rahayu Muchlis, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Efektivitas Kampanye Sosialisasi Kesehatan Di Era Digital” 1, no. 1 (2025): 15–20.

<sup>3</sup> Dery Arya Pandhika, Titi Stiawati, and Ipah Erna Jumiati, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Kesehatan Rumah Sakit Di Indonesia : Literature Review Utilization of Social Media as a Health Promotion Tool of Indonesian Hospitals : Literature Review” 10, no. 2 (2023): 131–136.

<sup>4</sup> Mufti Fauzi Rahman, Neni Yulianita, and Universitas Islam Bandung, “GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN APOTEKER DI MEDIA SOSIAL ( Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @ Apoteker \_ Rahmato )” 4, no. 3 (2024): 135–148.

<sup>5</sup> Davin Risy et al., “EFEKТИВITAS KOMUNIKASI KESEHATAN MELALUI SHORT VIDEO BAGI PERUBAHAN PERILAKU KESEHATAN” 6, no. 2 (2023): 218–228.

# **STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MEMPROMOSIKAN FITNESS MELALUI TIKTOK: STUDI KASUS AKUN @ADE RAI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana strategi komunikasi kesehatan diterapkan oleh Ade Rai dalam menyampaikan pesan-pesan kebugaran melalui platform TikTok. Sebagai figur publik yang dikenal luas dalam bidang kebugaran, Ade Rai memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk mempromosikan gaya hidup sehat, tetapi juga untuk menyebarkan edukasi yang berkaitan dengan kesehatan fisik dan mental<sup>6</sup>. TikTok, dengan karakteristiknya yang mengutamakan konten singkat, visual, dan menarik, menjadi saluran strategis dalam menjangkau khalayak muda secara lebih luas dan efektif. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini akan mengeksplorasi teknik komunikasi yang digunakan, seperti pilihan bahasa, narasi visual, dan bentuk interaksi dengan audiens dalam konten-konten yang ia unggah.

Selain itu, penelitian ini juga akan menelaah sejauh mana konten yang dipublikasikan oleh Ade Rai mampu memengaruhi perilaku dan pemahaman audiens mengenai pentingnya gaya hidup sehat. Analisis akan mencakup bagaimana respons pengguna TikTok terhadap pesan-pesan tersebut, baik dalam bentuk komentar, jumlah tayangan, hingga partisipasi dalam tantangan atau kampanye kebugaran yang diinisiasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi kesehatan yang lebih adaptif terhadap karakteristik media digital masa kini. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi tenaga kesehatan, praktisi komunikasi, serta influencer lain dalam merancang konten edukatif yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mudah diterima oleh masyarakat luas<sup>7</sup>.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menelaah strategi komunikasi kesehatan yang digunakan dalam video-video yang diunggah oleh akun TikTok Ade Rai, khususnya dalam mengedukasi masyarakat tentang kebugaran dan pola hidup sehat. Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif, guna menggali secara menyeluruh cara penyampaian pesan, gaya komunikasi, serta interaksi

---

<sup>6</sup> D I Akun and Tiktok Kemenkesri, “GAMBARAN PENGEMASAN PESAN KESEHATAN” 3, no. 1 (2022): 9–21.

<sup>7</sup> Studi Halodoc and Di Instagram, “El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat Strategi Promosi Kesehatan Melalui Komunikasi Digital El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat” 4, no. 2 (2024): 249–262.

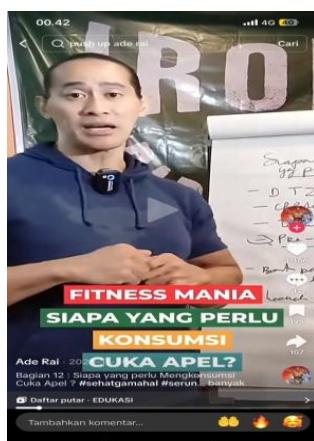
dengan pengikut di platform tersebut. Fokus penelitian ini adalah akun TikTok @ade\_rai, yang dikenal aktif menyebarkan informasi seputar olahraga dan gaya hidup sehat dengan pendekatan yang informatif, persuasif, dan mudah dipahami. Penelitian ini akan menelaah video-video yang mengandung pesan kesehatan dan motivasi olahraga, untuk mengidentifikasi bagaimana strategi komunikasi dirancang agar sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial, khususnya TikTok.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengamatan terhadap video yang diunggah di akun TikTok @ade\_rai, dapat disimpulkan bahwa Ade Rai secara konsisten menyampaikan pesan-pesan kebugaran dengan pendekatan yang inspiratif, edukatif, dan mudah dipahami. Setiap konten dikemas tidak hanya untuk memberikan informasi, tetapi juga membangkitkan motivasi audiens untuk menerapkan gaya hidup sehat. Dalam analisis ini, digunakan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) untuk melihat bagaimana pesan yang disampaikan dapat memengaruhi proses kognitif dan emosional audiens, serta mendorong reaksi tertentu.

### Stimulus (Pemicu Komunikasi)

Konten TikTok Ade Rai menyuguhkan berbagai rangsangan visual dan verbal, seperti demonstrasi latihan, penjelasan manfaat olahraga, serta kisah pribadi yang menggugah. Format video yang singkat dan penggunaan bahasa yang ramah menjadikan kontennya mudah diterima oleh berbagai kalangan. Elemen-elemen inilah yang menjadi daya tarik awal dan mampu menarik perhatian pengguna TikTok.



**Gambar 1.** Akun Tik Tok @aderai Menjelaskan tentang fitnes dengan singkat dan

# STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MEMPROMOSIKAN FITNESS MELALUI TIKTOK: STUDI KASUS AKUN @ADE RAI

bahasa yang mudah difahami

Sumber: Akun TikTok @aderai

## Organism (Pengaruh pada Audiens)

Setelah menerima stimulus dari konten, terjadi respons internal pada audiens, baik secara kognitif maupun emosional. Banyak pengikut menunjukkan pemahaman yang meningkat tentang pentingnya olahraga dan pola hidup sehat, yang terlihat dari komentar-komentar yang mencerminkan ketertarikan dan keterlibatan. Gaya komunikasi Ade Rai yang santai, tidak menggurui, dan membumbui juga membangun kedekatan emosional dengan audiens.



Gambar 2. Komentar Akun Tik Tok @aderai

Sumber: Akun TikTok @aderai

## Response (Tanggapan Nyata)

Tanggapan nyata dari audiens terhadap konten TikTok Ade Rai dapat diamati melalui berbagai bentuk interaksi digital, seperti komentar, likes, dan jumlah video yang dibagikan ulang (*shares*). Respons yang tinggi ini menunjukkan bahwa konten yang disampaikan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membangkitkan minat serta keterlibatan aktif dari para pengguna. Interaksi dalam kolom komentar sering kali berisi ungkapan rasa terinspirasi, pertanyaan lanjutan terkait kebugaran, hingga testimoni pribadi mengenai perubahan gaya hidup yang mereka alami setelah mengikuti saran dari

Ade Rai<sup>8</sup>. Banyak di antara mereka yang mengaku mulai melakukan olahraga rutin, memperbaiki pola makan, atau setidaknya menjadi lebih sadar akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi kesehatan yang digunakan Ade Rai tidak berhenti pada tahap penyampaian informasi semata, melainkan mampu mendorong audiens untuk melakukan perubahan perilaku<sup>9</sup>. Dalam konteks komunikasi persuasif, hal ini menunjukkan keberhasilan dalam menciptakan efek afektif dan kognitif yang kemudian diikuti oleh aksi konkret. Ade Rai mampu menjembatani kesenjangan antara edukasi dan praktik melalui pendekatan yang komunikatif, personal, dan inspiratif. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa media sosial seperti TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan kesehatan, asalkan kontennya dikemas dengan strategi yang tepat dan responsif terhadap kebutuhan serta karakteristik audiens<sup>10</sup>.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi digital yang digunakan oleh akun TikTok @ade\_rai terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran publik mengenai pentingnya kebugaran dan gaya hidup sehat. Melalui pendekatan teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), konten yang dibagikan mampu memicu minat, membangun keterlibatan emosional, serta mendorong audiens untuk berperilaku aktif dalam menjaga kesehatan.

Rangsangan awal berupa tampilan visual latihan, narasi motivasi, serta gaya penyampaian yang ringan dan membumbui berhasil menarik perhatian pengguna. Respons kognitif dan emosional audiens tercermin melalui peningkatan pemahaman serta keterlibatan dalam bentuk komentar dan interaksi. Selain itu, terdapat tanggapan nyata berupa tindakan positif dari pengikut, seperti mulai menerapkan pola hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, strategi komunikasi yang diterapkan oleh Ade Rai membuktikan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi platform

---

<sup>8</sup> Yunita Aurelia Suwarno, "Interaksi Sosial Melalui Media Sosial Tik-Tok Di Kalangan Siswa SMA PGRI 4 Jakarta," no. April (2023): 46–54.

<sup>9</sup> Romi Mesra and Asep Rahman, "Strategi Perubahan Perilaku Sehat Dengan Intervensi Media Sosial Jurnal Masyarakat Digital Jurnal Masyarakat Digital" 1, no. 1 (2024).

<sup>10</sup> Volume Nomor, "Jurnal Peduli Masyarakat" 4 (2022): 181–188.

# **STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MEMPROMOSIKAN FITNESS MELALUI TIKTOK: STUDI KASUS AKUN @ADE RAI**

edukasi kesehatan yang sangat efektif. Ketika dikemas dengan pendekatan yang sesuai, konten kesehatan bukan hanya dapat menjangkau masyarakat luas, tetapi juga mampu memengaruhi sikap dan perilaku audiens secara konstruktif di era digital saat ini.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Akun, D I, and Tiktok Kemenkesri. “GAMBARAN PENGEMASAN PESAN KESEHATAN” 3, no. 1 (2022): 9–21.
- Halodoc, Studi, and Di Instagram. “El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat Strategi Promosi Kesehatan Melalui Komunikasi Digital El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat” 4, no. 2 (2024): 249–262.
- Mesra, Romi, and Asep Rahman. “Strategi Perubahan Perilaku Sehat Dengan Intervensi Media Sosial Jurnal Masyarakat Digital Jurnal Masyarakat Digital” 1, no. 1 (2024).
- Nafis, Najmi, Khairul Azli, Siti Hana, Natasya Mohd, Abdul Rauf, and Hj Ridzuan. “E-Journal of Media & Society The Level of Effectiveness of Healthcare Education on Tiktok” 8, no. 1 (2025): 48–57.
- Nomor, Volume. “Jurnal Peduli Masyarakat” 4 (2022): 181–188.
- Pandhika, Dery Arya, Titi Stiawati, and Ipah Erna Jumiati. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Kesehatan Rumah Sakit Di Indonesia : Literature Review Utilization of Social Media as a Health Promotion Tool of Indonesian Hospitals : Literature Review” 10, no. 2 (2023): 131–136.
- Rahman, Mufti Fauzi, Neni Yulianita, and Universitas Islam Bandung. “GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN APOTEKER DI MEDIA SOSIAL ( Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @ Apoteker \_ Rahmato )” 4, no. 3 (2024): 135–148.
- Rahmi, Siti Silatur, and Fenny Rahayu Muchlis. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Efektivitas Kampanye Sosialisasi Kesehatan Di Era Digital” 1, no. 1 (2025): 15–20.
- Risy, Davin, Al Hanif, Vina Mahdalena, and Lusia Handayani. “EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KESEHATAN MELALUI SHORT VIDEO BAGI PERUBAHAN PERILAKU KESEHATAN” 6, no. 2 (2023): 218–228.

Suwarno, Yunita Aurelia. "Interaksi Sosial Melalui Media Sosial Tik-Tok Di Kalangan Siswa SMA PGRI 4 Jakarta," no. April (2023): 46–54.