

ANALISIS KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM KONTEKS *NEW MEDIA* : STUDI KASUS KONTEN KESEHATAN PADA AKUN TIKTOK @AYMANALTS.

Oleh:

Almira Dayinta¹

Farida Nurul Rakhmawati²

Universitas Trunojoyo Madura

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

Korespondensi Penulis: 230531100168@student.trunojoyo.ac.id

Abstract. *The development of new media has brought significant changes to the way people access information, including in the health sector. TikTok, as a popular short video platform, is now utilized by medical personnel to deliver health education in a creative and interesting way. This research aims to analyze the effectiveness of new media in health communication with a case study of Dr. Ayman Alatas' TikTok @aymanalts account. This research uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Data were collected through content observation, comment analysis, and interviews, then analyzed using thematic techniques. The results showed that the use of storytelling, attractive visuals, and a personal communication style in @aymanalts content was able to increase understanding, engagement, and build emotional attachment with the audience. The high level of interaction such as comments, likes, and shares proves that educational content that is packaged emotionally and narratively is effective in delivering health messages. This study concludes that TikTok has great potential as a health communication medium, although further studies with a quantitative approach are needed to measure the long-term impact on audience behavior change.*

Keywords: *Tiktok, Health Communication, New Media, Digital Education, Elaboration Likelihood Model (ELM), Storytelling.*

ANALISIS KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM KONTEKS NEW MEDIA : STUDI KASUS KONTEN KESEHATAN PADA AKUN TIKTOK @AYMANALTS.

Abstrak. Perkembangan media baru (*new media*) telah membawa perubahan signifikan, dengan cara masyarakat mengakses informasi, termasuk di bidang kesehatan. TikTok, sebagai platform video pendek yang populer, kini dimanfaatkan oleh tenaga medis untuk menyampaikan edukasi kesehatan secara kreatif dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media baru dalam komunikasi kesehatan dengan studi kasus akun TikTok @aymanalts milik dr. Ayman Alatas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi konten, analisis komentar, dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan teknik tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *storytelling*, visual menarik, dan gaya komunikasi personal dalam konten @aymanalts mampu meningkatkan pemahaman, keterlibatan, serta membangun keterikatan emosional dengan audiens. Tingginya interaksi seperti komentar, likes, dan share membuktikan bahwa konten edukatif yang dikemas secara emosional dan naratif efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media komunikasi kesehatan, meskipun diperlukan studi lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak jangka panjang terhadap perubahan perilaku audiens.

Kata Kunci: Tiktok, Komunikasi Kesehatan, *New Media*, Edukasi Digital, *Elaboration Likelihood Model (ELM)*, *Storytelling*.

LATAR BELAKANG

Saat ini perkembangan Teknologi telah berkembang semakin pesat, melalui kemunculan media baru atau yang dikenal sebagai *New Media*, Kehadiran *New Media* membawa dampak besar pada berbagai aspek, salah satunya melalui penerapan komunikasi kesehatan. Dengan adanya *new media*, maka berbagai hal dapat dijangkau dengan mudah tanpa terhalang jarak, ruang dan waktu. Salah satu *new media* sosial yang saat ini banyak digemari oleh remaja sekarang ini adalah media social Tik-Tok yang merupakan aplikasi yang berfokus pada video pendek. Tik Tok sendiri memiliki fitur *special effects*, Sounds effect bahkan lagu unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang

keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.(Nuning Indah Pratiwi, 2021)¹

Tik Tok tidak hanya menyuguhkan konten hiburan, Tik Tok pun memberikan konten edukasi baik dari segi pendidikan, kesehatan, hingga kecantikan.(Ilmiah et al., n.d.).² Terdapat banyak sekali aspek komunikasi kesehatan yang dipaparkan melalui akun *New Media* Tik Tok. Salah satu tenaga medis yang memanfaatkan Tik Tok untuk menyajikan konten seputar kesehatan yakni Dr.Ayman Alatas. Melalui akun Tik Tok @aymanalts, komunikasi kesehatan yang dibawakan berfungsi sebagai media informatif dan edukasi yang bermanfaat. TikTok juga menjadi platform media sosial yang memungkinkan pengguna menikmati berbagai konten tanpa perlu mengikuti akun tertentu. Fitur "*For You Page*" (FYP) menampilkan video- video viral yang memiliki tingkat engagement tinggi, sehingga sering muncul di halaman pengguna (Aprillia, 2023).³ Hal ini juga berlaku untuk konten informatif dan edukatif yang dibuat oleh dr. Ayman, yang memiliki ciri khas unik. Daya tarik tersebut berhasil meningkatkan jumlah pengikutnya hingga mencapai 2 juta di TikTok.

Edukasi Melalui Cerita Inspiratif Dr. Ayman juga sering kali membagikan cerita inspiratif dari dunia medis untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada audiensnya. Misalnya, di salah satu videonya, ia mengisahkan perjalanan seorang mahasiswa kedokteran hingga meraih gelar dokter, yang memberikan motivasi dan wawasan tentang profesi medis yang di share melalui media sosial. Diskusi Tantangan dalam Profesi Medis, Ia juga membahas berbagai tantangan yang dihadapi oleh tenaga medis, seperti tugas jaga malam dan konflik seputar jadwal koas (*ko-assisten*). Dalam video-videonya, Dr. Ayman mengupas tuntas isu-isu ini, memberikan klarifikasi, dan menawarkan solusi, sehingga membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dinamika kerja di dunia kesehatan.

¹ Pratiwi, N. I. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Sarana Edukasi Kesehatan di Kalangan Remaja*. Jurnal Komunikasi Kesehatan Masyarakat, 3(1), 1–10.

² Ilmiah, J., Komunikasi, M., Putu, N., Sathya, V., Trisula, Y., Yohanes, S., Dimas, A., Fathullah, T., & Pratiwi, N. I. (n.d.). 1, 2, 3 123. *Jurnal Komunikasi Mataram*, 4(2), 18–25. Pratiwi, N. I., & Hidayat, A. (2021). Analisis gaya komunikasi dalam media digital. *Jurnal The Source*, 3(1), 27–33.

³ Aprillia, D. (2023). Gaya bahasa dalam konten di media sosial TikTok dr. Ayman Alatas menurut perspektif Gen Z Destia Aprillia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 159–174.

ANALISIS KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM KONTEKS NEW MEDIA : STUDI KASUS KONTEN KESEHATAN PADA AKUN TIKTOK @AYMANALTS.

Dari Kehadiran akun seperti @aymanalts menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat komunikasi kesehatan yang efektif. Namun, efektivitas pesan yang disampaikan tidak semata-mata ditentukan oleh kontennya, tetapi juga oleh cara audiens memproses pesan tersebut. Dalam konteks ini, teori Elaboration Likelihood Model (ELM) dari Petty dan Cacioppo menjadi relevan. ELM menjelaskan bahwa terdapat dua jalur pemrosesan pesan, yakni central route dan peripheral route. Central route terjadi ketika audiens memproses pesan secara mendalam dan rasional, sementara peripheral route mengandalkan faktor-faktor emosional dan daya tarik visual. Dalam praktiknya, dr. Ayman memanfaatkan kedua jalur ini menyampaikan informasi berbasis data secara logis, sekaligus mengemasnya dalam narasi inspiratif dan visual yang menarik, sehingga mampu menjangkau dan memengaruhi beragam lapisan audiens (Petty & Cacioppo, 1986).⁴

Meskipun potensi pemanfaatan TikTok dalam komunikasi kesehatan sangat besar, belum banyak penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana bentuk, strategi, dan dampak komunikasi kesehatan yang disampaikan melalui platform ini terhadap pemahaman dan perilaku audiens. Terutama, masih terbatas studi yang menjadikan akun edukatif seperti @aymanalts sebagai objek kajian untuk melihat bagaimana pesan-pesan kesehatan dikonstruksi dan diterima oleh audiens digital.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas *New Media* di dalam komunikasi kesehatan, dengan menjadikan akun TikTok @aymanalts sebagai sebuah studi kasus. Penulis akan berfokus terhadap peran *New Media* guna dapat menyampaikan informasi kesehatan dengan cara yang lebih menarik dan efektif, serta menilai sejauh mana konten tersebut memengaruhi pemahaman dan perilaku audiens terkait dengan isu kesehatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi kesehatan yang terjadi dalam platform media sosial

⁴ Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205.

TikTok, dengan fokus pada akun @aymanalts milik dr. Ayman Alatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media baru dalam menyampaikan informasi kesehatan yang menarik, edukatif, serta mampu memengaruhi pemahaman dan perilaku audiens. Objek dalam penelitian ini adalah konten video edukatif dan inspiratif yang dipublikasikan melalui akun TikTok @aymanalts, sementara subjeknya adalah audiens yang berinteraksi terhadap konten tersebut, baik melalui komentar, likes, maupun membagikan ulang video yang bersangkutan. Data dikumpulkan melalui observasi konten, wawancara mendalam, dan analisis komentar pengguna. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik, dengan identifikasi tema-tema utama seperti edukasi, motivasi, dan interaksi audiens. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber untuk memperoleh hasil yang konsisten, valid, dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek	Deskripsi
Profil Akun	Akun TikTok @aymanalts milik dr. Ayman Alatas memiliki lebih dari 2 juta pengikut. Unggahan dilakukan rutin dengan frekuensi mingguan atau lebih sering.
Gaya Penyajian Konten	Menggunakan <i>storytelling</i> naratif, gaya komunikasi akrab dan edukatif, efek visual/audio TikTok, serta penggunaan musik dan teks dinamis.
Jenis Konten Edukasi	Tips kesehatan sehari-hari, klarifikasi mitos kesehatan, penjelasan medis sederhana.
Respon Terhadap Konten Edukasi	Tinggi: ribuan komentar, likes, dan share; banyak audiens bertanya ulang atau meminta penjelasan lebih lanjut.
Konten Inspiratif	Kisah perjalanan menjadi dokter, pengalaman pribadi di dunia medis.
Dampak Konten Inspiratif	Memberi motivasi kepada audiens, komentar menunjukkan rasa terinspirasi dan dukungan untuk profesi kedokteran.

ANALISIS KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM KONTEKS NEW MEDIA : STUDI KASUS KONTEN KESEHATAN PADA AKUN TIKTOK @AYMANALTS.

Diskusi Profesi	Bahasan tentang jam jaga, tekanan mental, sistem koas.
Interaksi terhadap Tantangan	Audiens memberikan empati, curhat pengalaman pribadi, serta membagikan ulang konten ke audiens lebih luas.
Engagement Audiens	Tinggi di seluruh jenis konten, namun distribusi berbeda: konten edukasi memicu diskusi intelektual, konten inspiratif memicu respon emosional.
Partisipasi Audiens	Komentar, likes, duet, dan share yang masif. Keterlibatan menunjukkan pemrosesan pesan secara aktif oleh pengguna TikTok

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok efektif dalam menyebarkan informasi kesehatan dengan cepat dan luas. Keunggulan TikTok sebagai platform komunikasi kesehatan didukung oleh fitur visual dan audio yang memperkuat daya tarik serta retensi pesan. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhu et al. (2023), yang menemukan bahwa video pendek berbasis naratif memiliki dampak persuasi yang signifikan dalam menyampaikan pesan kesehatan. Hal ini mengindikasikan bahwa TikTok memiliki potensi besar dalam menyebarluaskan informasi yang bermanfaat bagi audiens.⁵

Pendekatan *storytelling* terbukti mampu memperkuat pemahaman dan penerimaan audiens terhadap informasi kesehatan yang disampaikan. De Santo (2024) mengungkapkan bahwa narasi dalam komunikasi medis memberikan cara yang empatik dan humanis. ⁶Hal ini membantu membangun keterikatan emosional antara pembuat konten dan audiens. Narasi yang menyentuh emosional dapat meningkatkan pemahaman audiens mengenai isu kesehatan secara lebih mendalam. Dengan demikian, pendekatan naratif memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan medis yang efektif. Pendekatan visual dan naratif yang digunakan dalam TikTok terbukti mampu meningkatkan keterlibatan audiens. Hal ini sesuai dengan temuan Basch et al. (2021)

⁵ Zhu, Z., Liu, S., & Zhang, R. (2023). *Examining the persuasive effects of health communication in short videos: Systematic review*. <https://www.jmir.org/2023/1/e48508>

⁶ De Santo, M. (2024). *Digital Narratives of Mental Health: Investigating Medical Communication on TikTok*. <https://www.rivisteweb.it/doi/10.7370/115625>

yang menunjukkan bahwa video dengan elemen visual yang menarik dan narasi yang kuat lebih efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan kepada khalayak muda dibandingkan dengan penyampaian pesan secara tekstual atau formal.⁷

Tingginya interaksi pengguna, seperti komentar, like, dan share, mencerminkan bahwa konten edukatif melalui pendekatan naratif dan visual berhasil menjangkau audiens luas. Konten yang menarik secara emosional mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dengan pesan yang disampaikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yang et al. (2024), yang menunjukkan bahwa ekspresi emosional dalam konten TikTok dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna. Keterlibatan tersebut berkontribusi pada perubahan sikap dan perilaku pengguna terhadap isu yang disampaikan. Oleh karena itu, konten yang emosional dan menarik dapat memperkuat dampak kampanye kesehatan di TikTok.⁸

Kontribusi penting dari penelitian ini adalah menyoroti potensi TikTok sebagai alat edukasi dalam komunikasi kesehatan publik. Selain memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat, TikTok juga dapat menjembatani jarak psikologis antara tenaga medis dan masyarakat. Penggunaan narasi pribadi yang menyentuh dapat meningkatkan kedekatan antara pembuat konten dan audiens. Hal ini mendukung temuan Suryani (2024) yang menekankan peran media digital dalam meningkatkan efektivitas kampanye kesehatan⁹. Dengan demikian, TikTok dapat menjadi platform yang lebih efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah fokus yang hanya pada satu akun. Penelitian ini tidak membandingkan konten dari berbagai akun yang mungkin memiliki pendekatan berbeda dalam menyampaikan informasi kesehatan. Selain itu, dampak konten terhadap perubahan perilaku kesehatan pengguna tidak diukur secara langsung. Oleh karena itu, untuk

⁷ Basch, C. H., Hillyer, G. C., Meleo-Erwin, Z., Zagnit, E. A., & Basch, C. E. (2021). A content analysis of TikTok videos related to COVID-19. *Journal of Community Health*, 46(6), 1082–1089. <https://doi.org/10.1007/s10900-021-00968-0>

⁸ Yang, E. F., Kriss, L. A., & Sun, Y. (2024). *Fun with frustration? TikTok influencers' emotional expression predicts user engagement with COV vaccination messages*. <https://laurenkriss.com/wp-content/uploads/2024/12/fun-with-frustration-tiktok-influencers-emotional-expression-predicts-user-engagement-with-covid-19-vaccination-messages.pdf>

⁹ Suryani, A. (2024). *Digital Dialogues: Analyzing the Impact of Social Media on the Effectiveness of Public Health Campaigns*. <https://journals.wsiz.edu.pl/sc/article/view/1121>

ANALISIS KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM KONTEKS NEW MEDIA : STUDI KASUS KONTEN KESEHATAN PADA AKUN TIKTOK @AYMANALTS.

penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek studi yang lebih luas. Hal ini akan memungkinkan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak jangka panjang dari komunikasi kesehatan melalui media sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa TikTok terbukti efektif sebagai media komunikasi kesehatan karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan menarik. Pendekatan naratif dalam bentuk video pendek juga terbukti mampu meningkatkan retensi pesan sekaligus membangun keterikatan emosional antara pembuat konten dan audiens. Hal ini tercermin dari tingginya interaksi pengguna, seperti komentar, like, dan share, yang menunjukkan keberhasilan konten edukatif dalam menjangkau audiens luas serta mendorong perubahan sikap masyarakat terhadap isu kesehatan. Selain itu, TikTok memainkan peran penting sebagai jembatan antara tenaga medis dan masyarakat melalui penyampaian pesan yang lebih empatik dan humanis dalam bentuk narasi personal. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, baik dari segi cakupan objek maupun metode analisis. Oleh karena itu, studi lanjutan dengan pendekatan kuantitatif dan cakupan objek yang lebih luas sangat diperlukan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak jangka panjang dari komunikasi kesehatan di media sosial, khususnya TikTok.

DAFTAR REFERENSI

- Aprillia, D. (2023). Gaya bahasa dalam konten di media sosial TikTok dr. Ayman Alatas menurut perspektif Gen Z Destia Aprillia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 159–174.
- Basch, C. H., Hillyer, G. C., Meleo-Erwin, Z., Zagnit, E. A., & Basch, C. E. (2021). A content analysis of TikTok videos related to COVID-19. *Journal of Community Health*, 46(6), 1082–1089. <https://doi.org/10.1007/s10900-021-00968-0>
- De Santo, M. (2024). *Digital Narratives of Mental Health: Investigating Medical Communication on TikTok*. <https://www.rivisteweb.it/doi/10.7370/115625>
- Ilmiah, J., Komunikasi, M., Putu, N., Sathya, V., Trisula, Y., Yohanes, S., Dimas, A., Fathullah, T., & Pratiwi, N. I. (n.d.). 1, 2, 3 123. *Jurnal Komunikasi Mataram*,

- 4(2), 18–25. Pratiwi, N. I., & Hidayat, A. (2021). Analisis gaya komunikasi dalam media digital. *Jurnal The Source*, 3(1), 27–33.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205.
- Pratiwi, N. I. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Sarana Edukasi Kesehatan di Kalangan Remaja*. *Jurnal Komunikasi Kesehatan Masyarakat*, 3(1), 1–10.
- Setiadi, R., & Lestari, S. (2022). *Pengaruh Konten Kesehatan di Media Sosial Terhadap Perilaku Audiens Generasi Z*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 6(1), 54–68.
<https://doi.org/10.24036/jikd.v6i1.78910>
- Yang, E. F., Kriss, L. A., & Sun, Y. (2024). *Fun with frustration? TikTok influencers' emotional expression predicts user engagement with COVID-19 vaccination messages*. <https://laurenkriss.com/wp-content/uploads/2024/12/fun-with-frustration-tiktok-influencers-emotional-expression-predicts-user-engagement-with-covid-19-vaccination-messages.pdf>
- Zhu, Z., Liu, S., & Zhang, R. (2023). *Examining the persuasive effects of health communication in short videos: Systematic review*.
<https://www.jmir.org/2023/1/e48508>