

## ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN AKUN TIKTOK

@draliphildan

Oleh:

Mentari Awalia Zuniar<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: [mentariawalia05@gmail.com](mailto:mentariawalia05@gmail.com).

*Abstract.* Social media has become one of the main channels for delivering health information to the public. One popular platform being utilized is TikTok, where medical professionals are starting to use it to deliver health education in an engaging manner. This research aims to analyze the communication style used by Dr. Alip Hildan through his TikTok account in conveying health information. This study employs a descriptive qualitative method with a content analysis approach, supported by a literature review through a systematic review method. The theory used is Aristotle's rhetoric theory, which consists of three main elements: ethos (credibility), pathos (emotion), and logos (logic). The research results show that Dr. Alip Hildan is able to balance the three elements effectively. His credibility as a doctor builds the audience's trust (ethos), his use of a humorous and casual communication style fosters emotional closeness (pathos), and the delivery of fact-based medical information in simple and logical language (logos) makes his communication style effective in reaching the audience, particularly the younger generation, and enhances public understanding and awareness of health information.

**Keywords:** Health Communication, Social Media, Dr. Alip Hildan, Aristotle's Rhetoric.

**Abstrak.** Media sosial saat ini menjadi salah satu saluran utama dalam penyampaian informasi kesehatan kepada masyarakat. Salah satu platform yang populer digunakan adalah TikTok, di mana para tenaga medis mulai memanfaatkannya untuk menyampaikan

Received May 31, 2025; Revised June 15, 2025; June 24, 2025

\*Corresponding author: [mentariawalia05@gmail.com](mailto:mentariawalia05@gmail.com)

# **ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN AKUN TIKTOK**

**@draliphildan**

edukasi kesehatan secara menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh dr. Alip Hildan melalui akun TikTok-nya dalam menyampaikan informasi kesehatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis konten, serta didukung oleh kajian pustaka melalui metode *systematic review*. Teori yang digunakan adalah teori retorika Aristoteles yang terdiri dari tiga elemen utama yaitu ethos, pathos, dan logos . Hasil penelitian menunjukkan bahwa dr. Alip Hildan mampu menggabungkan ketiga elemen tersebut secara seimbang. Kredibilitas sebagai dokter membangun kepercayaan audiens (ethos), penggunaan gaya komunikasi humor dan santai membangun kedekatan emosional (pathos), serta penyampaian informasi medis berbasis fakta dengan bahasa yang sederhana dan logis (logos). Gaya komunikasi ini menjadikan kontennya efektif dalam menjangkau audiens, khususnya generasi muda, serta meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap informasi kesehatan.

**Kata Kunci:** Komunikasi Kesehatan, Media Sosial, dr. Alip Hildan, Retorika Aristoteles.

## **LATAR BELAKANG**

Media sosial telah memberikan kesempatan bagi para ahli medis untuk dapat memberikan informasi kesehatan kepada masyarakat dengan cepat dan efisien. Beberapa ahli medis memilih untuk terjun kedunia digital dalam menyampaikan pesan kesehatannya. Namun pada kenyataannya media sosial dapat tetap memberikan misinformasi.

Media sosial berkembang sangat signifikan dan menarik perhatian penggunanya, hal tersebut yang menjadikan beberapa ahli medis menggunakan media sosial dalam menyampaikan informasi maupun edukasi kesehatanya. Media sosial saat ini merupakan platform yang bisa digunakan baik untuk pribadi, promosi, kesehatan, pendidikan dan berbagai informasi lainnya. Pemanfaatan media sosial dinilai sangat efektif untuk menyampaikan informasi kesehatan dengan tujuan menyadarkan dan memberikan pemahaman serta perilaku hidup sehat (Leonita & Jalinus, 2018). Kim 2018 dalam (Maulida et al., 2020) Menyebutkan bahwa media sosial saat ini merupakan jalur yang esensial dalam proses komunikasi kesehatan baik dalam pertukaran informasi maupun penyampaian informasi kesehatan karena media sosial dapat menjangkau khalayak yang luas tanpa memandang apapun.

Media sosial yang saat ini populer digunakan adalah Tiktok. Berdasarkan laporan dari *We Are Social dan Meltwater*, Indonesia adalah negara urutan ke dua sebagai pengguna tiktok terbanyak yakni sebesar 107,68 juta pengguna. Tiktok merupakan aplikasi audiovisual dengan format video pendek dan memiliki banyak fitur (Devi, 2020). Kemudahan penggunaan fitur Tiktok membuat siapa saja bisa menciptakan konten yang beragam sesuai dengan kreativitas dan ide orang tersebut dengan tujuan yang berbeda termasuk berbagi informasi (Yozani et al., 2022). Informasi yang tersebar di tiktok sangat beragam termasuk informasi kesehatan, saat ini banyak ahli medis di Indonesia yang menjadikan Tiktok sebagai platform untuk berbagi infomasi kesehatan (Bahar et al., 2022).

Salah satu dokter yang membagikan informasi kesehatan dan cukup menjadi sorotan saat ini adalah dr. Alip Hildan atau dengan username Tiktok @draliphildan, saat ini akun dr Alip Hildan sudah memiliki 340,9 ribu *followers* dan 19,3 *juta like*. Dr alip hildan sendiri aktif membagikan konten edukasi kesehatan dan berbagi informasi mengenai kehidupan saat menjalani koas namun disela konten menegnai edukasi kesehatan dokter alip juga beberapa kali membuat konten mengenai aktivitas pribadinya. Konten edukasi yang dibuat oleh dokter alip ini cukup menarik perhatian karena gaya komunikasi yang digunakan oleh dokter alip terkesan lucu dan humor, karena yang kita ketahui penyampaian edukasi maupun informasi kesehatan biasanya di sampaikan dengan gaya yang formal. (Rosenholm & Brantner, 2022) menjabarkan bahwa pengguna Tiktok lebih tertarik terhadap konten yang humoris dan menghibur dibandingkan dengan konten formal.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh dr. alip hildan, Peneliti menggunakan teori retorika Aristoteles yang menjelaskan bahwa gaya komunikasi dr. Alip Hildan di media sosial TikTok efektif karena memadukan *ethos*, *pathos*, dan *logos* secara seimbang. Kredibilitasnya sebagai dokter (*ethos*), gaya penyampaian yang menghibur dan membangun kedekatan emosional (*pathos*), serta penyampaian informasi medis yang logis dan mudah dipahami (*logos*), membuat kontennya mampu menjangkau generasi muda dan menjadikan Tiktok sebagai media edukasi kesehatan yang menarik dan persuasif.

## KAJIAN TEORITIS

# **ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN AKUN TIKTOK**

**@draliphildan**

## **Media sosial**

Media sosial merupakan salah satu bagian dari *new media* karena dalam media sosial memuat interaktifitas yang tinggi. Media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak atau platform media yang memungkinkan individu atau kelompok untuk bertukar informasi, menjalin interaksi dan bermain, selain itu media sosial juga berfokus untuk memfasilitasi penggunanya untuk dapat bebas berekspresi (AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, 2018) . Ardinto dalam (Watie, 2016) juga mengungkapkan bahwa media sosial merupakan jejaring sosial yang dapat mempengaruhi opini, sikap, bahakan perilaku masyarakat dengan kekuatan sosial yang ada di media sosial.

Media sosial memberikan dampak kemudahan bagi segala akses, saat ini individu dapat dengan mudah memiliki kemampuan untuk dapat mengakses informasi dari berbagai sumber yang dikehendaki juga dapat saling berkomunikasi dengan individu lain. Karakteristik media sosial adalah pastisipatif dimana didalam media sosial individu dapat saling berpartisipasi dan melakukan interaksi satu sama lain melalui suatu media (Harvey, 2014)

(Purbohastuti, 2017) menjabarkan fungsi media soial diantaranya yakni, media sosial adalah platform yang menggunakan teknologi web dan internet untuk meningkatkan koneksi sosial manusia, praktik komunikasi dalam arah media siaran telah berhasil diubah oleh media sosial dari satu lembaga media menjadi banyak audiens (*one to many*) menjadi komunikasi dialogis antara banyak audiens (*many to many*), media sosial juga memfasilitasi demokratisasi informasi dan pengetahuan. Mengubah manusia yang dulunya penerima isi pesan, sekarang berubah menjadi pembuat pesan.

## **Komunikasi kesehatan**

(Paramasari & Nugroho, 2021) Menjabarkan bahwa komunikasi kesehatan adalah strategi untuk mempengaruhi suatu individu ataupun masyarakat menganai perilaku kesehatannya dengan prinsip-prinsip komunikasi seperti kelompok, media massa, organisasi dan interpersonal. Selain itu Liliwari 2008 dalam (Surayya, 2018) menjelaskan bahwa komunikasi kesehatan adalah pengetahuan mengenai penggunaan strategi komunikasi mengenai informasi kesehatan yang kompleks yang digunakan untuk mempengaruhi suatu kelompok atau individu agar dapat membuat keputusan yang akurat.

Komunikasi kesehatan juga mencakup upaya penyebaran informasi terkait kesehatan kepada masyarakat umum dengan tujuan memotivasi masyarakat untuk dapat mengadopsi perilaku hidup sehat, meningkatkan kesadaran, mengubah sikap, dan mencapai kebiasaan hidup sehat (Yesica Maretha, 2012) . Secara garis besar tujuan dari komunikasi kesehatan adalah untuk mempengaruhi individu atau masyarakat agar terdapat perubahan perilaku kesehatan yang lebih positif.

### **Teori Retorika Aristoteles**

Teori retorika aristoteles adalah teori komunikasi klasik yang menekankan mengenai teknik berbicara atau menyampaikan pesan secara persuasif. Aristoteles menjabarkan bahwa retorika adalah kemampuan untuk menggunakan maupun memilih bahasa yang efektif dalam situasi atau konsis tertentu untuk dapat membujuk atau mempengaruhi komunikannya (Dhia et al., 2024). Aristoteles menekankan tiga komponen utama yakni Ethos, Pathos, dan Logos. Ethos adalah kredibilitas atau karakter komunikator. Sebuah pesan akan dianggap lebih persuasif apabila disampaikan oleh seseorang yang dipandang kredibel, profesional, ahli dibidangnya, atau bahkan yang memiliki reputasi yang baik di mata audiens. Pathos adalah daya tarik emosional, bagaimana komunikator bisa menyentuh emosional audiens melalui gaya penyampian yang dapat membangkitkan emosi audiens. Dan yang terakhir adalah Logos atau logika, disini seorang komunikator harus dapat mendukung pesannya dengan data, fakta, atau penjelasan ilmiah agar dapat diterima audiens secara rasional (Aisyah, 2022) .

Komponen utama Retorika Aristoteles yakni Ethos, Pathos, dan Logos, komunikator dapat menyampaikan pesan secara persuasif dan efektif. Ethos membangun kredibilitas, pathos menghubungkan secara emosional, dan logos memberikan dasar logis yang kuat, sehingga pesan tidak hanya diterima secara rasional tetapi juga mampu memengaruhi sikap dan perilaku audiens (Dhia et al., 2024).

### **METODE PENELITIAN**

Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini. Menurut (Creswell. JW, 2015) metode kualitatif merupakan pemahaman dari suatu proses penelitian yang berdasar pada metodologi yang meneliti mengenai fenomena sosial dan persoalan tentang manusia. Peneliti menyusun gambaran yang mendalam dan menyeluruh tentang

# **ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN AKUN TIKTOK**

**@dr.aliphildan**

tanggapan para responden, lalu melakukan studi secara langsung terhadap kasus yang sedang diteliti. Kirk & Miller (dalam Creswell. JW, 2015) menjabarkan bahwa penelitian kualitatif pada dasarnya berakar dari ilmu antropologi budaya dan sosiologi yang berkembang di Amerika. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memahami secara mendalam suatu situasi, peristiwa, kelompok, atau interaksi sosial tertentu. Dalam prosesnya, peneliti benar-benar terlibat langsung dengan dunia para informan melalui interaksi yang terus-menerus, karena yang dicari bukan sekadar data, melainkan makna dan sudut pandang dari mereka yang mengalami langsung. Beberapa karakteristik dalam penelitian kualitatif yakni berfikir induktif, mengutamakan persepsi, bersifat alami, bertujuan untuk mencari makna, sumberdata fleksibel, dan hasil penelitiannya berupa penafsiran(Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, 2022).

Peneliti juga menggunakan metode systematic review untuk mencari referensi. Systematic review adalah metode yang menggabungkan beberapa penelitian dan mengklasifikasikannya berdasarkan kriteria secara terstruktur sehingga dapat lebih mendalam yang kemudian dapat diringkas yang bertujuan untuk mengumpulkan, menilai, dan menyusun berbagai bukti empiris yang relevan, agar bisa memberikan gambaran yang utuh dan menyeluruh dari hasil penelitian yang ada (Sastypratiwi & Nyoto, 2020). Systematic review merupakan kajian literatur yang komprehensif dan berbeda dari tinjauan tradisional karena disusun melalui langkah-langkah yang sistematis. Tujuannya adalah untuk mengurangi bias serta menyintesis informasi secara lebih terarah. Latar belakang kajian ini mencakup ringkasan pustaka, rumusan pertanyaan, dan tujuan penelitian. Untuk menyusun systematic review, diperlukan pemahaman terhadap literatur yang relevan serta pertanyaan penelitian yang jelas. Penulis juga perlu merancang strategi pencarian sumber, termasuk lokasi, waktu, dan kata kunci yang digunakan, serta memastikan relevansi sumber yang dipilih. Tahap selanjutnya adalah ekstraksi data, yakni proses mengidentifikasi dan mengolah informasi penting dari literatur yang telah dikumpulkan.

Selain itu peneliti juga melakukan analisis terhadap akun tiktok dr. Alip Hildan untuk melihat gaya komunikasi kesehatan yang disampaikan kepada audiensnya. Menurut Holsti dalam (Sitasari, 2022) analisis konten adalah teknik pengambilan kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik karakteristik yang ada dalam suatu pesan secara generalis, objektif, dan sistematis dari suatu konten. Dengan kata lain analisis konten

adalah sebuah teknik penyimpulan suatu makna tertentu dari muatan ada ada dalam isi konten tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

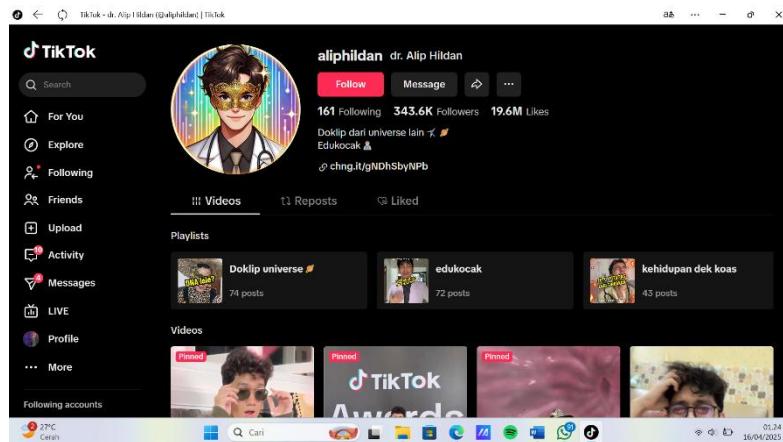
Media sosial merupakan wadah intraktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang memungkinkan para penggunanya tidak memiliki batasan dalam berkomunikasi. Media sosial mampu menciptakan pola penyebaran informasi dari satu orang ke banyak orang (Sisrazeni, 2017). Para tenaga profesional dibidang kesehatan terlebih seorang dokter, dalam penilitian Modahl et,al 2011 dalam (Sapoetri & Pannindriya, 2019) menjabarkan bahwa 67% dokter menggunakan media sosial untuk tujuan profesional.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Leonita & Jalinus, 2018) menyatakan bahwa media sosial memiliki peran positif dalam mengkampanyekan kesehatan. Media sosial juga terbukti efektif dalam menyebarkan informasi kesehatan untuk menunjang mendukung peningkatan kesehatan di masyarakat (Siswatibudi et al., 2016). Hal tersebutlah yang menjadikan saat ini banyak dokter yang menggunakan media sosial dengan segala keunggulannya untuk menyampaikan kampanye kesehatan, salah satunya adalah Dr. Alip Hildan.

Dr Alip Hildan atau yang kerap disapa doklip dalam akun tiktoknya merupakan seorang lulusan Fakultas Kedokteran Universita Brawijaya. Dr alip memiliki 343.6 ribu followers dan 19.6 juta like. Dr alip pertama kali mengunggah video di tiktok pada 19 September 2019, dan mulai membagikan video mengenai dunia koas pada akhir 2023 dan mulai membuat konten edukasi kesehatan pada 23 Juli 2024, video edukasi yang pertama kali diunggah adalah mengenai “hubungan antara mandi malam dan rematik”. Tak hanya mengenai edukasi kesehatan, dokter alip juga membagikan konten lain seperti kehidupannya sehari-hari.

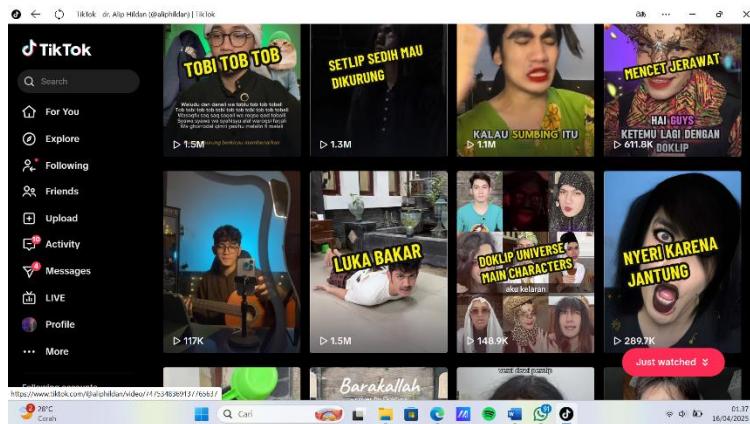
# ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN AKUN TIKTOK

@draliphildan



Gambar 1 - Profile tiktok dr alip hildan

Perkembangan dunia digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dunia medis, salah satunya adalah penggunaan media sosial yang semakin banyak di lingkup masyarakat (Amallia, 2024). Hasil analisis terhadap akun TikTok @draliphildan menunjukkan bahwa gaya komunikasi kesehatan yang diterapkan oleh dr. Alip Hildan memiliki karakteristik yang humor dan informatif, berbeda dari pola komunikasi kesehatan pada umumnya yang cenderung formal dan kaku. Dalam konten-kontennya, dr. Alip mengombinasikan antara gaya humor, pendekatan personal, serta informasi medis yang sederhana namun akurat, sehingga memudahkan audiens dalam menerima dan memahami pesan kesehatan yang disampaikan.



Gambar 2- Ragam konten dr alip hildan

Pertama, dari segi gaya penyampaian, dr. Alip tidak hanya menempatkan dirinya sebagai tenaga medis yang menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sosok yang setara dan dekat dengan audiensnya. Ia sering menggunakan bahasa sehari-hari, logat khas, ekspresi wajah yang lucu, serta mimik tubuh yang komunikatif untuk menciptakan kesan santai dan bersahabat. Beberapa konten yang viral justru menunjukkan dr. Alip

dalam situasi lucu, seperti menari, berakting, atau menanggapi komentar dengan cara yang humoris namun tetap bernilai edukatif. Strategi ini membuat audiens tidak merasa digurui, melainkan merasa diajak berdialog secara ringan dan menyenangkan. Hal tersebut mampu membangkitkan dan membangun emosional audiensnya sehingga mampu membuat audiens lebih nyaman dan percaya (Yanti et al., 2025) .

Kedua, dr. Alip banyak membahas berbagai topik kesehatan seperti mitos kesehatan (contohnya : mitos mandi malam yang dapat menyebabkan rematik yang di posting pada 24/12/2024), tips menjaga daya tahan tubuh, edukasi seputar penyakit ringan hingga kronis, serta berbagi pengalaman pribadi selama menjalani koas. Beberapa konten juga mengangkat isu-isu viral di masyarakat dan memberikan klarifikasi medis terhadap informasi yang salah (hoaks), yang secara tidak langsung turut berkontribusi dalam menangkal misinformasi kesehatan di media sosial.

Ketiga, dari aspek interaksi dengan audiens, dr. Alip cukup aktif merespons komentar-komentar pengikutnya melalui fitur balasan komentar dengan video, live tiktok, serta penggunaan Q&A untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan kedekatan emosional dengan audiens, tetapi juga menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah. Audiens merasa dilibatkan dan didengarkan, yang menjadikan proses penyampaian informasi lebih bermakna dan personal. Selain itu, partisipasi aktif dari audiens seperti like, share, dan komentar positif menjadi bukti bahwa pendekatan yang digunakan oleh dr. Alip yang mengedepankan bahasa sederhana dan humor atau gayanya yang unik efektif di media sosial dan mendapat apresiasi dan resonansi yang baik di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda (Maharani et al., 2025).

Gaya komunikasi dokter alip di konten tiktoknya relevan dengan komponen teori retorika klasik Aristoteles yang menekankan tiga elemen utama dalam komunikasi persuasif yakni *ethos, pathos, dan logos*. Ethos, Dr. Alip Hildan, sebagai seorang dokter, memiliki latar belakang profesional yang kuat, yang memberikan bobot pada argumennya. Ia sering berbagi pengalaman medis dan pengetahuan ilmiah, sehingga audiens merasa percaya pada informasi yang disampaikannya. Misalnya, ketika menjelaskan pentingnya peduli akan penyakit campak yang di posting pada 29/04/2025, kredibilitasnya sebagai tenaga medis membuat pesan tersebut lebih diterima oleh

# **ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN AKUN TIKTOK**

**@draliphildan**

audiensnya, meskipun dalam penyajian kontennya dokter alip dinilai kocak dan humor, hal tersebut tidak menghilangkan kredibilitasnya sebagai tenaga medis profesional.

Pathos atau emosi audiens dalam kontennya dr Alip dengan gaya kocak maupun humor dan juga pakaian yang kadang dianggap nyeleneh oleh beberapa orang, hal tersebut mampu membangkitkan emosional audiens karena audiens merasa senang, nyaman, dan terhibur dengan konten yang diberikan oleh dokter alip, selain itu gerakan nonverbal dokter alip juga memnarik minat audiens yang menonton sehingga hal tersebut dapat menarik audiens untuk tetap melihat konten edukasi kesehatan, menurunkan resistensi terhadap isu-isu kesehatan yang sering kali dianggap menegangkan atau sulit dicerna, dan lebih peduli pada kesehatan individu audiens tersebut. Yang terakhir yakni Logos atau logika, dalam kontennya dr. Alip tetap menyampaikan informasi yang logis dan berbasis fakta, seperti gejala penyakit, penyebab, dan langkah pencegahannya. Ia menggunakan diki yang sederhana serta ilustrasi yang singkat agar mudah dipahami oleh kalangan awam. Penyampaian logis tersebut sering dikemas dalam bentuk *storytelling*, sehingga pesan terasa lebih hidup dan relevan dengan kehidupan sehari-hari

Dr. Alip Hildan berhasil memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kesehatan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Ia tidak hanya mengandalkan latar belakangnya sebagai dokter, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens lewat gaya yang lucu, santai, dan penuh energi. Di sisi lain, ia tetap menyampaikan informasi yang logis dan berbasis fakta. Gaya komunikasi seperti ini menunjukkan bahwa edukasi kesehatan bisa tetap serius namun dikemas dengan cara yang menyenangkan, sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat, terutama generasi muda.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Media sosial, khususnya Tiktok, telah menjadi wadah yang efektif bagi para tenaga medis untuk menyampaikan informasi kesehatan secara luas dan persuasif. dr. Alip Hildan memanfaatkan akun Tiktok nya untuk mengedukasi masyarakat dengan gaya komunikasi yang unik, yaitu menggabungkan unsur humor, kedekatan emosional, dan penyampaian informasi medis yang logis dan sederhana. Dengan memadukan tiga elemen utama retorika Aristoteles (ethos, pathos, dan logos) dr. Alip mampu membangun kredibilitas sebagai dokter, menciptakan koneksi emosional dengan audiens, dan

menyampaikan pesan kesehatan yang mudah dipahami. Gaya komunikasinya yang santai dan menghibur namun tetap informatif membuat kontennya relevan dan diterima dengan baik, terutama oleh generasi muda yang menjadi target audiensnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang humor, santai, unik dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi kesehatan di era digital.

## DAFTAR REFERENSI

- AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, N. A. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger, December*.
- Aisyah, M. (2022). ETHOS, PATHOS, LOGOS DAN KOMUNIKASI PUBLIK: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Dharma Agung*, 30(3), 442. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2066>
- Amallia, A. (2024). DIGITALISASI KESEHATAN DALAM PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN KESEHATAN. *Medical Journal of Nusantara*, 3(3), 151–158. <https://doi.org/10.55080/mjn.v3i3.1103>
- Bahar, A. D., Maringgi, Y., & Syawal, F. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Personal Branding. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 4(1), 199–217. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3547>
- Creswell, JW. (2015). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. *Pustaka Pelajar*, 383.
- Devi, A. A. (2020). *PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN*.
- Dhia, R. N., Pramesti, J. A., & Irwansyah, I. (2024). Analisis Retorika Aristoteles Pada Kajian Ilmiah Media Sosial Dalam Mempersuasi Publik. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81–103. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3530>
- Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, E. a. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAA AJ&hl=en>
- Harvey, K. (2014). Social Media, Definition and Classes of. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, January. <https://doi.org/10.4135/9781452244723.n485>
- Leonita, E., & Jalinus, N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan*

# **ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KESEHATAN AKUN TIKTOK**

**@draliphildan**

- Teknologi, 18(2), 25–34. https://doi.org/10.24036/invotek.v18i2.261*
- Maharani, D., Simanjuntak, H. S., & Hazizah, R. (2025). *Makna dalam Era Digital : Kajian Semantik terhadap Bahasa di Media Sosial Indonesia.*
- Maulida, H., W, R. Y. P., & Nugrahenti, M. C. (2020). Komunikasi Kesehatan Perilaku Hidup Sehat #JSR Di Media Sosial. *Jurnal Teras Kesehatan, 3(1), 18–32.*  
<https://doi.org/10.38215/jutek.v3i1.44>
- Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 5(1), 123–132.* <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2036>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika, 12(2), 212.* <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Rosenholm, I. L., & Brantner, C. (2022). *Health Communication on TikTok: A Qualitative Study of Credibility on A Humorous Platform.*
- Sapoetra, A., & Pannindriya, T. (2019). Stretched Social Interaction by Nowaday Doctor Through Instagram as Social Media. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, 5(2), 121–140.*
- Sastypratiwi, H., & Nyoto, R. D. (2020). Analisis Data Artikel Sistem Pakar Menggunakan Metode Systematic Review. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN), 6(2), 250.* <https://doi.org/10.26418/jp.v6i2.40914>
- Sisrazeni. (2017). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 Iain Batusangkar. *2nd International Seminar on Education 2017 Empowering Local Wisdom on Education for Global Issue Batusangkar, 437–448.*  
<http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/viewFile/898/819%0Ahttps://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/view/898/819#>
- Siswatibudi, H., Paramastri, I., & Lazuardi, L. (2016). Facebook Messenger Sebagai Media Promosi Kesehatan Reproduksi Remaja Studi Di Smp Muhammadiyah Depok Sleman Yogyakarta. *Jurnal Permata Indonesia, 7(1), 10–25.*  
<https://doi.org/10.59737/jpi.v7i1.130>
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif. *Forum Ilmiah, 19, 77.*

- Surayya, R. (2018). Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian Kesehatan. *AVERROUS: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan Malikussaleh*, 1(2), 75.  
<https://doi.org/10.29103/averrous.v1i2.415>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.  
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Yanti, I. B., Sugiana, T., & Astraguna, I. W. (2025). Efektifitas penggunaan humor dalam komunikasi dokter terhadap pasien rawat inap di rumah sakit umum daerah i lagaligo kabupaten luwu timur. *Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 4, 109–120.
- Yesica Maretha. (2012). Komunikasi Kesehatan : Sebuah Tinjauan\*. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 88–94.
- Yozani, R. E., Hamida, T. I., & Lubis, E. E. (2022). Efektivitas Komunikasi Akun Tiktok @buiramira Sebagai Media Edukasi Akademik Mahasiswa Universitas Riau. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 64–81.  
<https://doi.org/10.36914/jikb.v8i1.856>