

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @WISHDRBOYKE DALAM EDUKASI KESEHATAN REPRODUKSI DAN SEKSUAL

Oleh:

Aisyah Dwi Anggraini¹

Farida Nurul Rahmawati²

Universitas Trunojoyo Madura.

Alamat: JL. Raya Telang Kec. Kamal Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 230531100052@student.trunojoyo.ac.id,

farida.nr@trunojoyo.ac.id.

Abstract. *This study aims to examine the communication strategies employed by the TikTok account @wishdrboyke as a medium for delivering effective reproductive and sexual health education to TikTok users. The research focuses on how informative and visually engaging forms of digital communication can facilitate educational interaction between the communicator and the audience. The method used is descriptive qualitative, with a content analysis approach based on the number of video views. The results show that Dr. Boyke's presentation in his video content effectively provides educational value for TikTok users seeking information on reproductive and sexual health. The popularity of the videos indicates a positive reception from the audience. Content is delivered directly by Dr. Boyke, either in response to questions from netizens or through structured explanations of reproductive and sexual health topics. Taboo issues are discussed openly, helping to shift user perceptions toward obtaining credible information from a qualified expert. This is essential for preventing various sexual diseases and for promoting harmony within family life. This study contributes to identifying the communication strategies of the TikTok account @wishdrboyke in its effort to provide education through social media in the digital era..*

Keywords: *Communication Strategy, TikTok, Education, Reproductive and Sexual Health.*

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @WISHDRBOYKE DALAM EDUKASI KESEHATAN REPRODUKSI DAN SEKSUAL

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun TikTok @wishdrboyke sebagai media penyampaian edukasi kesehatan reproduksi dan seksual yang efektif bagi para pengguna TikTok. Penelitian ini menyoroti bagaimana bentuk komunikasi digital yang informatif, dan secara visual mampu mengedukasi antara komunikator dan audiens. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui analisis konten berdasarkan jumlah pemutaran video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyampaian Dr.Boyke dalam konten videonya mampu memberikan edukasi bagi para pengguna tiktok yang mencari informasi terkait Kesehatan reproduksi dan seksual, yang menjadikan banyak yang melihat konten video dari akun TikTok @wishdrboyke. Konten ditampilkan dalam bentuk penyampaian secara langsung oleh Dr.Boyke seperti menanggapi beberapa pertanyaan netizen maupun penyampaian materi Kesehatan reproduksi dan seksual. Isu yang dianggap tabu dibahas tuntas secara terbuka, hal ini mampu membantu mengubah persepsi pengguna Tiktok untuk memperoleh informasi dari ahlinya, hal ini diperlukan agar mampu mencegah berbagai penyakit seksual maupun upaya menjaga keharmonisan keluarga. Penelitian ini membantu memberikan kontribusi dalam menemukan strategi komunikasi akun tiktok @wishdrboyke dalam tujuannya memberikan edukasi melalui media sosial pada era digital ini.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, TikTok, Edukasi, Kesehatan Reproduksi dan Seksual.

LATAR BELAKANG

Media sosial kini sering kali digunakan oleh berbagai kalangan di Pengguna TikTok luas. Media sosial menjadi salah satu trend Teknologi Informasi (TI) pada era Information Age atau Digital Era. Media Sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi dari Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna, (Abdillah, 2022)¹. Media sosial adalah sekelompok aplikasi yang berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk dapat berbagi dan bertukar informasi, ide, foto ataupun video. Media sosial kini telah populer dikalangan generasi manapun. Dengan media sosial kini dapat melakukan aktivitas tanpa tatap muka secara langsung, tetapi bisa dilakukan secara virtual

¹ Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*.

melalui media sosial. Media sosial dapat dilakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai bentuk, seperti pertukaran, kerja sama, dan saling bertukar informasi dalam bentuk tulisan, video, maupun gambar. Media sosial memiliki banyak aplikasi yang memiliki berbagai fitur untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Salah satu aplikasi yang sedang populer saat ini adalah TikTok.

TikTok adalah media sosial yang berbasis audio video dengan durasi pendek yang kini banyak sekali digunakan oleh Pengguna TikTok. Aplikasi TikTok ini ada pada awal September 2016 yang diluncurkan oleh negeri tiongkok, (Ramdani et al., 2021)². Tetapi aplikasi ini sempat diblokir karena dianggap sebagai aplikasi yang berisi konten negative terutama bagi anak-anak, tetapi tidak berlangsung lama aplikasi TikTok ini dapat dinikmati oleh semua kalangan lagi (Yani et al., 2022)³, yang pada akhirnya Aplikasi TikTok ini dapat berkembang pesat di indonesia sejak tahun 2020 dan menjadi budaya baru di Indonesia, (Dewa & Safitri, 2021). Dengan menyajikan video dengan durasi singkat, ini membuat para penggunanya tidak merasa bosan untuk melihat atau menonton video yang ada dengan terus menerus di aplikasi TikTok. Hal ini membuat TikTok menjadi aplikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan secara cepat dan menarik. Selain itu, algoritma TikTok yang cerdas memungkinkan setiap konten yang relevan dan menarik dapat lebih mudah menjangkau audiens yang tepat. Dengan adanya fitur *For Your Page* (FYP), pengguna dapat menemukan berbagai video yang sesuai dengan minat mereka tanpa harus mencarinya.

TikTok terus berkembang menjadi salah satu media sosial yang berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan modern. TikTok menjadi media yang efektif untuk memberikan edukasi kesehatan. Bentuk-bentuk edukasi Kesehatan diaplikasi TikTok ini sangat beragam, seperti pemahaman terkait aborsi, berbagai masalah kesehatan gigi dan mulut, edukasi terkait perawatan kecantikan kulit, serta masalah Kesehatan reproduksi dan seksual (Setiawati & Pratiwi, n.d.). Bentuk edukasi ini sendiri ada karena banyaknya pengguna TikTok adalah para remaja dan orang dewasa yang selalu mencari informasi di aplikasi TikTok, sehingga aplikasi ini menjadi saluran yang kuat untuk dapat memperoleh dan memberikan informasi yang akurat pada informasi terkait kesehatan.

² Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. *Akademika*, 10(02), 425–436.

³ Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*. 11(1)

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @WISHDRBOYKE DALAM EDUKASI KESEHATAN REPRODUKSI DAN SEKSUAL

Salah satu isu edukasi yang penting dan menarik untuk dibahas yaitu mengenai edukasi kesehatan khususnya kesehatan reproduksi dan seksual. Edukasi kesehatan reproduksi dan seksual ini sangat penting untuk pengguna TikTok agar mereka memiliki pemahaman yang benar mengenai cara menjaga kesehatan organ reproduksi, mencegah penyakit menular seksual, serta memahami hak dan kewajiban dalam aspek kesehatan seksual. Dalam edukasi kesehatan reproduksi dan seksual ini banyak sekali yang dapat dijelaskan seperti organ reproduksi remaja yang biasa disebut pubertas pada wanita sehingga akan datangnya menstruasi, sering kali kesehatan reproduksi ini tidak disertai dengan pemahaman yang cukup mengenai cara menjaga kebersihan dan kesehatan organ reproduksi, sehingga dapat meningkatkan risiko timbulnya penyakit (Azzahra et al., 2024)⁴, masalah kesehatan seksual yang resiko akan kehamilan yang tidak diinginkan, infeksi menular seksual, serta penyebaran HIV/AIDS (Mohammad Shihab, 2023, n.d.)⁵. Pada penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 di kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan, mengungkapkan bahwa banyak laki-laki yang sudah menikah masih belum mengetahui penggunaan alat kontrasepsi (Kamaruddin et.al. 2020, n.d.)⁶ peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar laki-laki di kabupaten Balakumbua masih kurang memahami fungsi dan manfaat alat kontrasepsi seperti kondom. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak pengguna TikTok yang membutuhkan edukasi yang tepat dan mudah diakses mengenai kesehatan reproduksi dan seksual.

Strategi komunikasi merupakan rencana yang terstruktur dan terencana untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens yang dituju (Rahmawati, 2024)⁷. Menurut Medvi dan Syahiman (2025) strategi komunikasi bertujuan untuk *Announcing*, yaitu kapasitas dan kualitas informasi yang disampaikan. 2) *Motivating*, pada dasarnya informasi yang akan disampaikan pada orang lain harus dapat

⁴ Azzahra, A. D., Lindayani, E., & Prameswari, A. (2024). Pengaruh Pendidikan Kesehatan Menggunakan Media TikTok terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Putri mengenai Personal Hygiene saat Menstruasi. *Jurnal Keperawatan Florence Nightingale*, 7(1), 279–284

⁵ Mohammad Shihab, 2023. (N.D.). *Strategi Kampanye Public Relations Dalam Membangun Kesadaran Tentang Kesehatan Seksual (Studi Kasus: "Hotel For Play")*. *Jurnal Sosial Terapan* 1(1). 27-38.

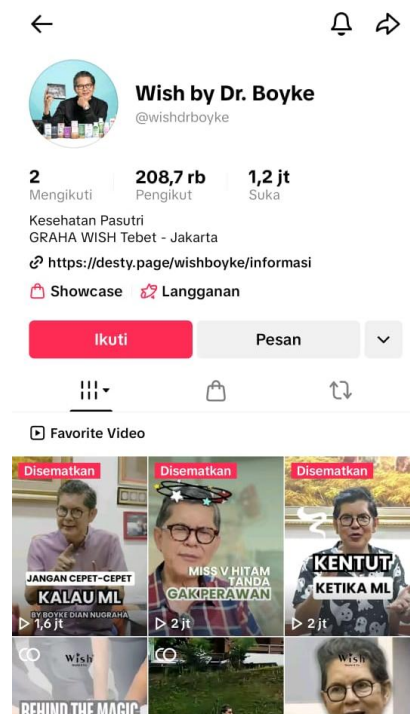
⁶ Kamaruddin Et,Al. 2020. (N.D.). 2020. *Gambaran Pengetahuan Suami Tentang Alat Kontrasepsi Kb Kondom Di Dusun Sapanang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba*. *Medika Alkhairaat : Jurnal Penelitian Kedokteran Dan Kesehatan* 2(3): 95-99

⁷ Rahmawati, 2024. *Strategi Komunikasi TikTok @Triasmadani Dalam Meningkatkan Corporate Branding Di Kalangan Calon Pekerja Migran Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik* Vol.02 No. 02 Edisi Oktober-Desember (2024) 135 Vol. 02 No. 02: 135-145.

memberi motivasi. 3) *Educating*, yaitu memberikan edukasi pada orang lain, dan 4) Menyebarakan informasi, yaitu menyebarkan informasi kepada orang lain. Pentingnya strategi komunikasi diperlukan agar Pengguna TikTok dapat menerima informasi dengan baik dan dapat mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu tokoh yang aktif memberikan edukasi kesehatan reproduksi dan seksual di aplikasi TikTok adalah Dr. Boyke Dian Nugraha, SpOG, MARS atau yang dikenal Pengguna TikTok sebagai Dr.Boyke. Melalui akun Tiktok @wishdrboyke yang memiliki pengikut mencapai 208.700 akun dan *likes* mencapai 1,2 juta. Berdasarkan data dari website fatmoss.com (diakses pada 18 Juni 2025), Dr.Boyke dikenal luas di pengguna TikTok Indonesia dan menggunakan pendekatan yang informatif namun komunikatif dalam menyampaikan informasi kesehatan reproduksi dan seksual melalui akun @wishdrboyke dengan 329 video unggahan dan rata-rata pemutaran video sejumlah 128.446 kali. Dengan gaya penyampaian yang santai namun tetap ilmiah, ia berhasil menjangkau beragam kalangan pengguna TikTok dan menyampaikan isu-isu sensitif secara edukatif dan mudah dipahami.

Gambar 1. Profil TikTok akun @wishdrboyke



Strategi komunikasi juga menentukan keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif. Sebagaimana yang dilakukan oleh Dr.Boyke melalui akun TikTok @wishdrboyke terdapat banyak video edukasi kesehatan reproduksi dan seksual kepada pengikut maupun

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @WISHDRBOYKE DALAM EDUKASI KESEHATAN REPRODUKSI DAN SEKSUAL

akun yang ingin mengetahui literasi kesehatan reproduksi dan seksual. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi yang digunakan oleh Dr.Boyke dalam menyampaikan edukasi kesehatan reproduksi dan seksual melalui platform TikTok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi (*Content Analysis*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan akun @wishdrboyke dalam menyampaikan informasi kesehatan reproduksi dan seksual menggunakan indikator strategi komunikasi Harold Raswell yaitu 1) *Who* (siapa yang menyampaikan/komunikator), 2) *Says What* (pesan apa yang disampaikan), 3) *In Which Channel* (media apa yang digunakan), 4) *To Whom* (siapa penerima informasi/komunikan), 5) *What Effect* (efek yang diharapkan). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi. Dokumentasi merupakan salah satu metode penggalan data secara sistematis dan objektif (Sugandi dan Kurniawan,2022)⁸. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode analisis konten.

Tabel 1. Data unggahan terakhir akun TikTok @wishdrboyke

No	Tanggal Unggah	Tema Konten	Jumlah Likes	Jumlah Views	Jumlah Komentar
1	17/05/2025	Efek samping vasektomi	71	15.200	3
2	15/05/2025	Waktu yang pas melakukan vasektomi	49	5.800	0
3	15/05/2025	Proses vasektomi	49	8.000	1

⁸ Sugandi., & Agus Kurniawan. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Tirtonegoro Foundation Dalam Meningkatkan Minat Literasi Budaya Di Kota Samarinda*. Ejournal S1 Ilmu Komunikasi 10 (3)

4	14/05/2025	Tips keharmonisan	92	6.200	2
5	08/05/2025	Tips kesehatan vagina	292	20.000	8
6	08/05/2025	Pengaruh gaya hidup terhadap kesehatan vagina	227	14.600	4
7	25/04/2025	QnA; olahraga saat haid, boleh tidak?	126	13.300	5
8	22/04/2025	QnA; minum es saat haid buat darah beku?	91	7.500	3
9	25/03/2025	Tips posisi berhubungan pasutri	143	11.900	3
10	23/03/2025	Waktu yang pas berhubungan pasutri	535	44.100	7

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi adalah suatu penyampaian gagasan dalam skala yang besar dalam usaha mengubah perilaku manusia (Adawiyah dan Arif, 2021)⁹. Di era digital yang memudahkan seseorang untuk mendapat informasi secara tepat dan cepat hal ini tentu

⁹ Adawiyah, Dwi Putri R., & Arif, Moch. Choirul. (2021). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang Dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah*. Jurnal Komunikasi Vol 15 No 2, 131-144

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @WISHDRBOYKE DALAM EDUKASI KESEHATAN REPRODUKSI DAN SEKSUAL

menjadikan sarana yang baik bagi para tokoh untuk menyampaikan informasi sesuai bidangnya. Akun TikTok @wishdrboyke adalah akun bisnis produk milik Dr. Boyke, yang menjual produk kesehatan khususnya reproduksi juga diimbangi dengan konten edukasi tentang kesehatan reproduksi dan seksual. Pada penelitian ini berfokus pada isi konten edukasi kesehatan reproduksi dan seksual yang disampaikan langsung oleh ahlinya yaitu Dr. Boyke. Berikut adalah penjabaran dari Indikator strategi komunikasi :

1. *Who* (siapakah yang menyampaikan/komunikator) : sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, seorang komunikator harus memiliki Tingkat kepercayaan orang lain pada dirinya, daya Tarik, dan kelebihan tertentu sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Dr. Boyke merupakan komunikator utama pada akun Tiktok @wishdrboyke, sebagaimana beliau merupakan ahli kesehatan reproduksi dan seksual sehingga Dr. Boyke sangat lugas dalam menyampaikan informasi. Hal ini sesuai dengan syarat yang harus dimiliki oleh komunikator bahwa Dr. Boyke memiliki kapabilitas untuk menyampaikan informasi tentang kesehatan reproduksi dan Seksual sehingga tampil percaya diri dalam menyampaikan edukasi kesehatan reproduksi dan seksual.
2. *Says What* (pesan apa yang disampaikan) : penggunaan tata bahasa yang baik akan membantu komunikator dalam proses komunikasi. Terdapat tiga cara Teknik penyampaian pesan yaitu persuasive, informatif, dan mendidik. Akun TikTok @wishdrboyke memiliki unggahan video yang berisi tentang edukasi kesehatan reproduksi, seksual, serta program kehamilan. Adapun ilmu yang dianggap tabu untuk dibahas dengan penggunaan Bahasa yang mudah dipahami serta durasi video yang tidak terlalu Panjang sehingga memudahkan informasi tersebut untuk diterima.
3. *In Which Channel* (media apa yang digunakan): mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang akan disampaikan saat memilih media komunikasi. Seperti penggunaan media massa atau media elektronik. Media platform TikTok merupakan salah satu cara yang efektif saat ini dalam mendapatkan informasi termasuk yang ada dalam akun TikTok @wishdrboyke. Pada era digital seperti sekarang Pengguna TikTok lebih menyukai video pendek dalam pencarian informasi, dikarenakan informasi yang disampaikan lebih ringkas dan mampu menjangkau berbagai lapisan Pengguna TikTok.

4. *To Whom* (siapa penerima informasi/komunikasi) : pemilihan target sasaran komunikasi menentukan keberhasilan proses komunikasi, dimana adanya penyampaian informasi tentu juga disesuaikan dengan kebutuhan khalayak. Pengguna TikTok yang membutuhkan informasi tentang kesehatan reproduksi dan seksual merupakan target penonton dari akun TikTok @wishdrboyke. Informasi yang sebelumnya tabu untuk dibahas kini menjadi konsumsi Pengguna TikTok.
5. *What Effect* (efek yang diharapkan): memberikan pengaruh pada target sasaran meliputi perubahan persepsi maupun pengetahuan. Akun Tiktok @wishdrboyke dengan kontennya yang membahas kesehatan reproduksi dan seksual dapat membantu Pengguna TikTok lebih mengetahui informasi secara akurat, dengan beberapa kontennya yang membahas mitos kesehatan yang diharapkan mampu mengubah persepsi Pengguna TikTok yang tidak relevan dengan keilmuan yang empiris.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dr. Boyke memanfaatkan Tiktok sebagai media penyalur informasi dengan membuat konten edukatif kesehatan reproduksi dan seksual untuk menarik perhatian *followers*. Konten yang banyak menyajikan penjelasan tentang kesehatan reproduksi dan seksual, serta beberapa informasi kesehatan umum untuk membangun kepercayaan pada Pengguna TikTok bahwa edukasi ini harus diketahui sebaik-baiknya, tanpa harus merasa malu untuk mencari tahu dan informasi yang diperoleh juga akurat karena disampaikan langsung oleh ahlinya yaitu Dr Boyke. Konten yang diunggah dalam akun TikTok @wishdrboyke mendapatkan ribuan *views*, hal ini menunjukkan banyaknya animo pengguna TikTok untuk melihat informasi Kesehatan reproduksi dan seksual melalui akun TikTok @wishdrboyke. Indikator yang digunakan peneliti ada dalam akun TikTok @wishdrboyke dimana informasi yang disampaikan sesuai hingga mampu memberikan perubahan persepsi Pengguna TikTok terhadap mitos kesehatan yang masih diyakini sehingga konten yang dibuat terarah dan memiliki tujuan, tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan informasi Pengguna TikTok. Peneliti berharap dengan adanya akun @wishdrboyke dapat membantu Pengguna TikTok dalam mendapatkan informasi edukatif kesehatan reproduksi dan seksual, dan mampu memberikan pengaruh positif dalam menambah wawasan baru.

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @WISHDRBOYKE DALAM EDUKASI KESEHATAN REPRODUKSI DAN SEKSUAL

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, L. A. (2022). *PERANAN MEDIA SOSIAL MODERN*. [Www.Bening-Mediapublishing.Com](http://www.Bening-Mediapublishing.Com)
- Adawiyah, Dwi Putri R., & Arif, Moch. Choirul. (2021). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang Dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah*. Jurnal Komunikasi Vol 15 No 2, 131-144. [Http://Repository.Uinsa.Ac.Id/Id/Eprint/2936/1](http://Repository.Uinsa.Ac.Id/Id/Eprint/2936/1)
- Azzahra, A. D., Lindayani, E., & Prameswari, A. (2024). *Pengaruh Pendidikan Kesehatan Menggunakan Media Tiktok Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Putri Mengenai Personal Hygiene Saat Menstruasi*. Jurnal Keperawatan Florence Nightingale, 7(1), 279–284. <https://doi.org/10.52774/Jkfn.V7i1.192>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie)*. Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/Khi.V12i1.10132>
- Kamaruddin Et,Al. 2020. (N.D.). 2020. *Gambaran Pengetahuan Suami Tentang Alat Kontrasepsi Kb Kondom Di Dusun Sapanang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba*. Medika Alkhairaat: Jurnal Penelitian Kedokteran Dan Kesehatan 2(3): 95-99. <https://www.jurnal.fkunisa.ac.id/index.php/MA/article/view/59/56>
- Mohammad Shihab, 2023. (N.D.). *Strategi Kampanye Public Relations Dalam Membangun Kesadaran Tentang Kesehatan Seksual (Studi Kasus: “Hotel For Play”)*. Jurnal Sosial Terapan 1(1). 27-38. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jstrsv/article/view/46221/25553>
- Rahmawati, 2024. *Strategi Komunikasi TikTok @Triasmadani Dalam Meningkatkan Corporate Branding Di Kalangan Calon Pekerja Migran Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik Vol.02 No. 02 Edisi Oktober-Desember (2024) 135 Vol. 02 No. 02: 135-145. <https://jurnal.ittc.web.id>
- Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). *Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring*. Akademika, 10(02), 425–436. <https://doi.org/10.34005/Akademika.V10i02.1406>

- Setiawati, M., & Pratiwi, A. (N.D.). *Tiktok Sebagai Media Edukasi Perawatan Kecantikan*.
- Sugandi., & Agus Kurniawan. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Tirtonegoro Foundation Dalam Meningkatkan Minat Literasi Budaya Di Kota Samarinda*. Ejournal S1 Ilmu Komunikasi 10 (3). <https://Ejournal.Ilkom.Fisip-Unmul.Ac.Id/>
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*. 11(1). <http://Stp-Mataram.E-Journal.Id/JHI>