

# Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi

Sakinah Asrat<sup>1</sup>, Abdul Fadli Kalaloi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, Sakinahasrat@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, fadkalaloi@telkomuniversity.ac.id

## **Abstract**

*This study discusses the attractiveness of the features of the Tik Tok application in mediating health information in the pandemic era. The purpose of this study is to find out how the Tik Tok application features can educate health information in the pandemic era created by content creators. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach in which the researcher will provide a detailed explanation of how the features of the Tik Tok application are used in health information content created by content creators. Data collection techniques were carried out by observing and interviewing content creators on Tik Tok such as Klik Doctor accounts, @bukandoktercinta, and the medical team. The results show that the features of the Tik Tok application together with the use and appropriate methods can be useful as a medium in educating interesting and attractive health information. With its easy application and various features such as music, countdowns, stickers, and filters, the Tik Tok application can be implemented in health campaigns in the pandemic era to educate other users.*

*Keyword: Social Media, Tik Tok, Tik Tok Features and Campaigns*

## **Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai daya tarik fitur aplikasi Tik Tok dalam memediasi informasi kesehatan di era pandemi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana fitur aplikasi Tik Tok dapat mengedukasi informasi kesehatan di era pandemi yang di buat oleh konten kreator. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif di mana peneliti akan memberikan pemaparan secara detail mengenai bagaimana fitur aplikasi Tik Tok digunakan pada konten informasi kesehatan yang dibuat oleh para konten kreator. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada konten kreator di Tik Tok seperti akun Klik Dokter, @bukandoktercinta, dan tim medis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, fitur aplikasi Tik Tok bersamaan dengan penggunaan dan metode yang tepat dapat bermanfaat sebagai media dalam mengedukasi informasi kesehatan yang menarik dan atraktif. Pengaplikasiannya yang mudah dan fitur yang beragam seperti musik, countdown, stiker, dan filter, maka aplikasi Tik Tok dapat diimplementasikan dalam kampanye kesehatan di era pandemi untuk mengedukasi user lainnya.

**Kata kunci:** Media Sosial, Tik Tok, Fitur Tik Tok, dan Kampanye

## **I. PENDAHULUAN**

Penelitian ini akan meneliti daya tarik aplikasi Tik Tok dalam memediasi informasi kesehatan. Konten yang berisi mengenai informasi kesehatan dibuat oleh para tenaga medis maupun kesehatan dengan nama akun beberapa akun tenaga medis dengan ratusan ribu pengikut di Tik Tok, di antaranya; @bukandoktercinta; @klikdokter, dan tim medis. Mereka berkreasi dan berpartisipasi membuat konten berisi pesan edukasi untuk menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan. Diharapkan dengan penyebaran konten edukasi melalui video singkat yang unik ini dengan tambahan berbagai macam fitur yang bisa membuat video lebih menarik dan atraktif sehingga para audience tertarik dan tidak bosan untuk menonton kontennya. Selain dari itu dapat memudahkan audience mencari informasi kesehatan hanya dengan menggunakan hastag, dan bantuan lain yang terfasilitasi dari fitur yang disediakan oleh pihak Tik Tok seperti teks untuk menerjemahkan kembali maksud dari isi konten yang dibuat.

Adanya FYP pada aplikasi Tik Tok memudahkan pengguna untuk dapat melihat konten video yang menarik, menghibur, mengedukasi, dan banyak dibicarakan orang lain (viral) dengan mudah. Konten video mengenai edukasi tentang informasi kesehatan di masa pandemi COVID-19 yang dibuat oleh tenaga kesehatan memiliki kesempatan untuk bisa masuk ke dalam FYP dan menjangkau lebih banyak pengguna. Hal ini berarti lebih banyak masyarakat yang melihat video tersebut dan diharapkan meningkat kesadarannya untuk mengikuti informasi kesehatan mengenai COVID-19. Aplikasi Tik Tok bisa menjadi salah satu platform yang bisa di manfaatkan untuk melakukan campaign online seperti hastag gerakan cuci tangan. Maka dari itu, media online

sangat diperlukan sebagai sarana komunikasi dan juga sebagai sarana hiburan.

Oleh karena itu, ketika brand menghasilkan user generated content maka akan dapat membantu mereka dalam beberapa aspek perkembangan usaha. Mereka mampu menjadi brand ambassador yang efektif terutama di era saat *User- Generated Content* menjadi sarana membangun awareness yang populer contohnya di era pandemi saat ini, aplikasi tik tok sangat banyak digunakan dari berbagai kalangan selain menjadi hiburan aplikasi tok tok juga kini dapat memediasi informasi melalui video video yang ditampilkan.

Menurut Bruns (2016) "*User Generated Content (UGC)* merupakan konten dari kreatifitas pengguna atau sering disebut juga dengan user dalam media komunikasi". Karena viralnya aplikasi ini di era pandemi sehingga aplikasi tik tok sangat banyak digunakann sebagai sarana hiburan dan informasi, contohnya informasi kesehatan seperti banyaknya konten kesehatan dari dokter dan pihak WHO untuk menghimbau masyarakat melalui video singkat yang menarik.

Namun dibalik menjadi sarana hiburan aplikasi tik tok juga menjadi sarana edukasi (informasi) yang di peroleh dari fitur-fitur yang terdapat pada social campaign yang marak di temukan di era pandemi ini, contohnya campaign informasi kesehatan yang dibuat dengan sangat unik dan menarik melalui konten video yang difasilitasi oleh fitur aplikasi tik tok yang membuat video tersebut menarik banyak perhatian dari user tik tok lainnya.

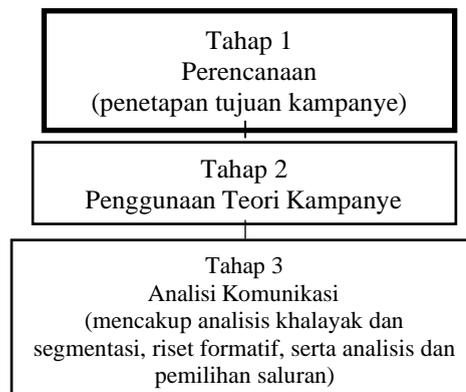
Pihak Tik Tok menginformasikan bahwa konten pengguna ditanggung oleh pengguna sendiri. Pihak Tik Tok mengakui bahwa mereka tidak mempunyai kewajiban untuk melakukan pemindaian sebelumnya, pemeriksaan, pemantauan atau penyuntingan terhadap konten apapun yang dimuat oleh Anda dan para pengguna lainnya pada Layanan (termasuk Konten Pengguna).

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Dengan skema kerangka konseptual dari penelitian ini adalah melihat daya Tarik fitur aplikasi Tik Tok dalam memediasi informasi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai sarana dalam menyajikan teori maupun konsep-konsep yang akan digunakan dalam penelitian".

Terdapat lima tahap dalam model kampanye komunikasi kesehatan strategis. Tahap pertama merupakan tujuan dari perancangan kampanye, yakni ingin mengubah atau membentuk pengetahuan serta perubahan sikap atau perilaku. Tahap kedua adalah penentuan teori, yakni kampanye tidak hanya dilaksanakan berdasarkan intuisi, namun harus berdasarkan pengetahuan teoritis dalam kampanye.

Pada tahap ketiga, melakukan analisis melakukan perancangan strategi komunikasi kampanye sesuai dengan teori yang telah ditentukan. Tahap keempat merupakan implementasi menggunakan pendekatan marketing mix. Dalam hal ini, terdapat 4 aspek yang harus dipertimbangkan meliputi aspek *product* (gagasan, kandidat, atau produk), *price* (biaya, pengorbanan, reward), *place* (saluran dan penempatan), dan *promotion* (penerapan teori yang telah ditentukan. Tahap terakhir adalah evaluasi dan reorientasi dilakukan agar mengetahui keefektifan kampanye yang telah diselenggarakan.



**Gambar 2.2 Model Kampanye Komunikasi Kesehatan Strategis (Venus, 2017)**

Penelitian ini mengkaji mengenai daya tarik fitur aplikasi Tik Tok dalam memediasi informasi kesehatan, di mana pada fitur tersebut dinilai sebagai bagian dari kebutuhan masyarakat dalam membuat sebuah konten yang menarik yang diolah oleh para konten kreator untuk dibuatkan konten menarik agar informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami.

Untuk itu penelitian ini menggunakan model kampanye dari Venus maka peneliti hanya menggunakan tahap tiga yakni Analisis Komunikasi yang mencakup analisis khalayak dan segmentasi, riset formatif serta analisis dan pemilihan saluran. Analisis Komunikasi (mencakup analisis khalayak dan segmentasi, riset formatif, serta analisis dan pemilihan saluran) merupakan tujuan yang ingin dicapai (*intended effect*).

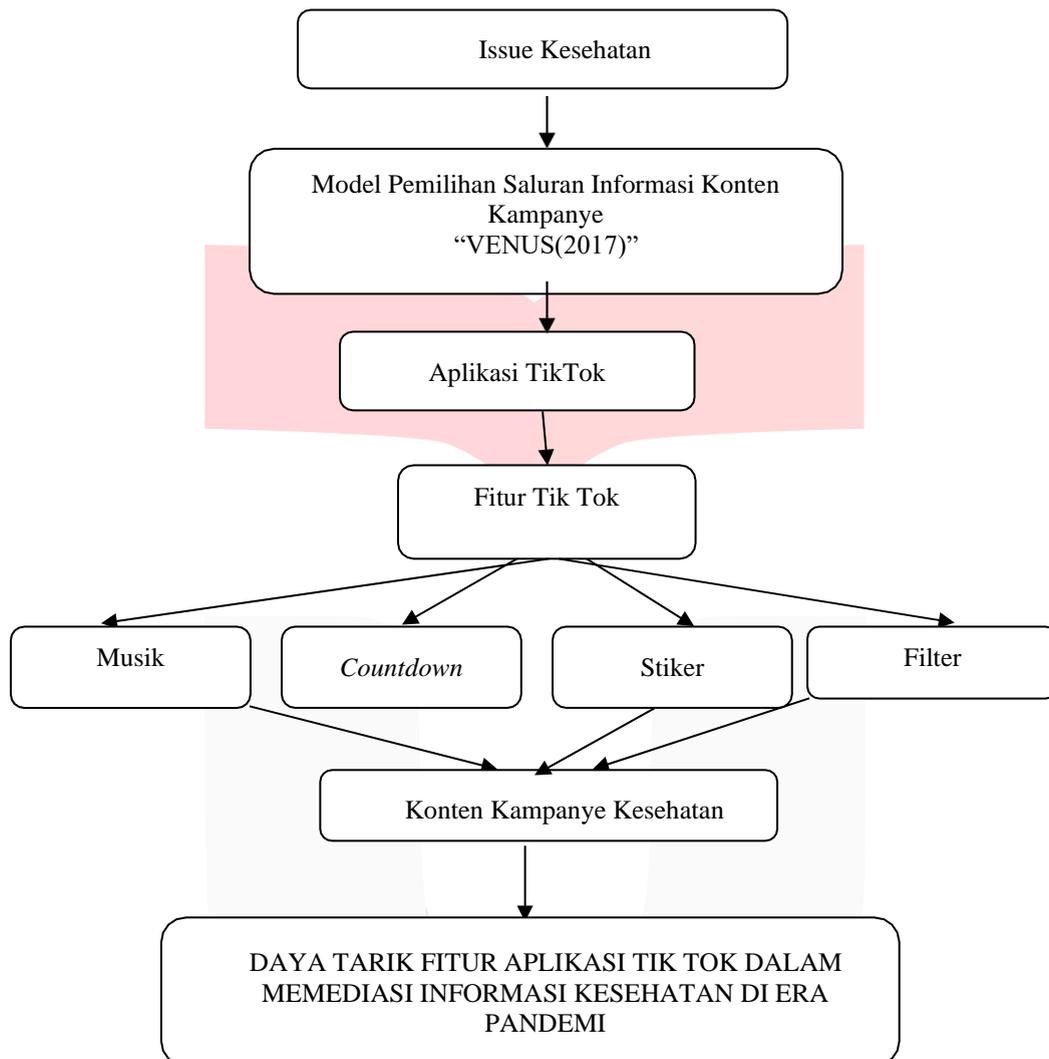
Untuk itu, pelaksanaan kampanye harus menetapkan tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai, objek yang akan dikomunikasikan (*communication object*) kepada khalayak sasaran. Hal ini berarti bermaksud pelaku kampanye harus menguasai konten atau materi kampanye dengan baik. Jika tidak menguasai konten- kontennya maka mustahil para konten kreator dapat mengomunikasikan konten tersebut kepada khalayak sasaran (*target population*) kampanye. Karena itu, konten kreator harus melakukan analisis khalayak siapa yang akan menjadi sasaran kampanye. Pelaku kampanye bisa membedakan mereka berdasarkan aspek-aspek geografis, demografis, maupun psikografisnya.

Pada saat ini banyak masyarakat menjadikan aplikasi sebagai sarana dalam mencari dan memberikan informasi salah satunya ialah Aplikasi Tik Tok. Saat ini Tik Tok menjadi salah satu aplikasi yang cepat dalam memberikan informasi secara akurat. Dapat dikatakan bahwa perubahan perilaku terjadi melalui suatu proses, untuk merubah kesadaran masyarakat yang sebelumnya tidak sadar akan adanya masalah atau resiko yang terjadi bila tidak segera melakukan perubahan menjadi sadar dan paham kemudian mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan dan setuju untuk melakukan perubahan tersebut dengan aksi dan tindakan yang nyata.

Dengan adanya media sosial Tik Tok diharapkan pula menjadi media yang tepat untuk menceritakan kegiatan penggunanya, serta menggambarkan kehidupan penggunanya dengan menciptakan kegiatan yang unik dengan berbagai macam model interaksi yang disediakan dalam media sosial ini seperti, berbagai macam fitur musik, filter, *countdown*, dan stiker yang semuanya memiliki makna tersendiri dan membentuk perilaku komunikasi penggunanya. Berbicara mengenai perilaku positif, tidak terlepas dari perilaku negatif akibat penggunaan media sosial Tik Tok yang terlalu berlebihan sehingga menimbulkan kecanduan, sehingga hal ini juga sangat perlu di perhatikan.

Kampanye komunikasi pada aplikasi Tik Tok oleh konten kreator yang dilakukan oleh tenaga kesehatan maupun medis yang bertujuan untuk memberikan bentuk perubahan masyarakat dalam memberikan informasi seputar kesehatan dan memanfaatkan aplikasi Tik Tok kepada hal yang lebih positif dengan memberikan *challenge* di setiap konten. Perubahan ini utamanya akan berkaitan dengan perubahan budaya dan kebiasaan masyarakat dalam menjadikan aplikasi Tik Tok hanya menjadikan hiburan semata, bahwa konten Tik Tok dalam memberikan informasi akan adanya tanggung jawab bersama untuk menjaga informasi dapat dengan mudah dipahami dan dilakukan oleh masyarakat tau *audience* yang melihatnya.

Selanjutnya guna memperlihatkan alur kerangka pemikiran peneliti mengenai daya tarik fitur aplikasi Tik Tok dalam memediasi informasi kesehatan di era pandemic saat ini, maka peneliti tampilkan dalam bagan berikut:



Sumber : Hasil Pemikiran Peneliti

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Didalam melakukan sebuah penelitian, peneliti harus mengikuti berbagai aturan dan kaidah yang telah ditetapkan agar penelitian tersebut menjadi valid atau dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana peneliti berusaha untuk menjelaskan lebih spesifik mengenai kasus yang akan diteliti dengan memahami semaksimal mungkin seorang individu, atau suatu kejadian yang akan diteliti.

Menurut Sugiyono (2016) "metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang dilandasi pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci dari teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih berpengaruh besar pada makna daripada generalisasi".

Penelitian yang dimanfaatkan yaitu penelitian lapangan dan peneliti berusaha untuk menggunakan deskriptif kualitatif. Peneliti mencari data, tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau prediksi, melainkan memaparkan daya tarik fitur tik tok dalam menginformasikan informasi kesehatan ke *user* lainnya.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma konstruktivistik. Paradigma ini melihat

dari kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Paradigma konstruktivistik menurut Pujileksono (2015) “dilihat dari sebuah realita yang terbentuk dari berbagai macam latar belakang yang dilandasi sebagai bentuk konstruksi nyata”. Kenyataan itu terbagi menjadi dua yaitu dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang.

Konstruktivis menurut Creswell (2015) “dalam konstruktivisme sosial, individu-individu tersebut berusaha mencari tahu dan meneliti dunia tempat mereka hidup dan bekerja”. Penelitian kualitatif berlandaskan paradigma *constructivism* yang memandang bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil dari konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada suatu subjek dan bukan dilihat pada objek, hal ini menunjukkan bahwa ilmu pengetahuan bukan hanya hasil pengalaman, tetapi merupakan juga hasil konstruksi oleh pemikiran.

Tujuan dari *constructivism* adalah untuk bersandar sebanyak mungkin pada pandangan dari para partisipan tentang situasi tertentu dimana partisipan bisa menilai secara langsung. Sering kali makna-makna subjektif ini dinegosiasi secara sosial dan berdasarkan sejarah, dalam artian ragam realitas dibentuk melalui interaksi dalam kehidupan sosial dan melalui kode etik yang ada dalam sejarah dan kultural yang berlaku dalam kehidupan individu tersebut.

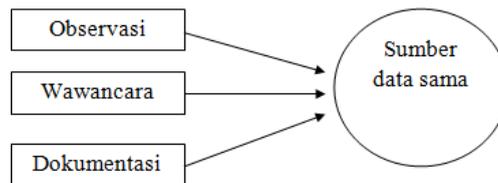
Paradigma konstruktivisme digunakan oleh peneliti dikarenakan peneliti ingin berusaha untuk mengetahui bagaimana fitur didalam aplikasi Tik Tok dalam memediasi informasi kesehatan di era pandemi kepada penggunaanya dalam hal ini adalah komunikasi massa yang dilakukan melalui platform Tik Tok untuk mensosialisasikan informasi kesehatan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dimana menurut Creswell (2015) “proses penelitian kualitatif berdasarkan pada pendekatan penelitian metodologi yang meneliti tentang suatu permasalahan sosial atau kemanusiaan”. Peneliti ingin membentuk gambaran dengan mempertimbangkan segala aspek yang mungkin akan sangat berpengaruh pada platform aplikasi Tik Tok dengan cara menganalisis fitur dan hastag yang digunakan dalam meneliti penyebaran informasi kesehatan yang ada pada konten.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis pada penelitian kali ini adalah dengan sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara

Teknis analisis data merupakan suatu teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat atau narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. Menurut Bogdan (2014) analisis data adalah “proses mencari dan menyusun yang dilakukan dengan cara yang sistematis kemudian data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah ditelaah, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain yang mudah dipahami”. Menurut Miles dan Huberman (1994) “secara umum, proses analisis data kualitatif melibatkan empat proses penting. Keempatnya dapat dilakukan secara berulang karena proses analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan kapan saja, keempat point itu adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Triangulasi merupakan suatu pendekatan analisa data yang menghasilkan data dari berbagai sumber. Menurut Sugiyono (2008) “triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu”. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Triangulasi Teknik. Menurut Sugiono (2008) “triangulasi teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda”. Kesimpulannya triangulasi teknik adalah mencari informasi pada orang yang sama atau objek yang sama dengan menggunakan cara atau teknik yang berbeda. Dengan menggunakan triangulasi teknik, peneliti akan melakukan pengecekan data dengan teknik yang berbeda, namun dari sumber data yang sama. Penggunaan teknik yang berbeda akan memudahkan untuk meneliti keabsahan data. Berikut struktur dari proses triangulasi teknik untuk penelitian ini:



Triangulasi Teknik Pengumpulan Data  
(Sumber: Sugiyono 2012)

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Liliweri (2014:359) “Komunikasi merupakan sebuah proses pertukaran informasi yang dilakukan dalam bentuk lisan maupun tulisan, dengan bahasa maupun gerakan dan dengan atau tanpa alat bantu. Rangkaian pertukaran ini dilakukan dengan maksud dan tujuan tertentu”. Penelitian mengenai daya tarik fitur Tik Tok dalam memediasi informasi kesehatan dimasa pandemic merupakan bentuk edukasi melalui konten aplikasi media sosial, khususnya Tik Tok, memiliki pengaruh dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mencari jawaban dari subjek penelitian yang telah dipilih.

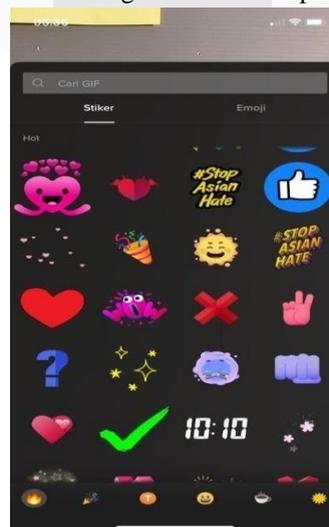
Tik Tok memiliki banyak fitur, disini peneliti akan membahas empat fitur yang sering digunakan dalam membuat sebuah konten dalam aplikasi Tik Tok. Yang pertama yakni Musik. Album musik Tik Tok punya banyak lagu dari berbagai kategori musik yang bisa dipakai untuk berkolaborasi dengan video yang akan dibuat. Tanpa adanya kecemasan perihal perizinan lagunya karena semua telah difasilitasi dengan persetujuan dari pemiliknya membuat aplikasi ini lebih unggul sehingga tidak terjadinya copyright/ pelanggaran hak cipta.

Kemudahan untuk membagikan video maupun foto ini dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan kebaikan dan informasi yang positif dalam kehidupan. Dimulai dari hal-hal kecil, video-video pendek di Tik Tok dapat sangat mengubah banyak persepsi orang tentang sebuah kebiasaan baru, seperti halnya musik pada aplikasi Tik Tok, video pada tiktok menggunakan beragam musik, nada hingga lirik memiliki sebuah pesan tersendiri, jika video tersebut memberikan informasi tidak mungkin seorang konten creator memberikan musik sedih, namun musik tersebut mengikuti tema video seperti apa yang akan kita sampaikan.

Kedua yakni *Countdown* Fitur *Countdown* berfungsi untuk dapat membidik objek yang akan direkam dengan otomatis dengan hitungan mundur 3 detik atau 10 detik sehingga mempermudah menyiapkan bahan sebelum membuat video untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.

Dengan memiliki sejumlah follower tidak mudah bagi akun kesehatan dalam memberikan informasi mereka butuh waktu dan proses yang cukup besar dan lama untuk video mereka masuk pada FYP orang-orang. Dalam membangun sebuah brand image tidaklah mudah, seperti yang di alami Klik Dokter. Pada awal pandemic hingga pertengahan tahun ketika puncaknya Virus Corona banyak media di media sosial berseliweran memberitakan keburukan atau negative dari dunia kesehatan. Itu yang membuat Klik Dokter menjadi antusias untuk mencoba mengedukasi masyarakat dengan terjun ke media sosial yang saat ini sedang digemari masyarakat

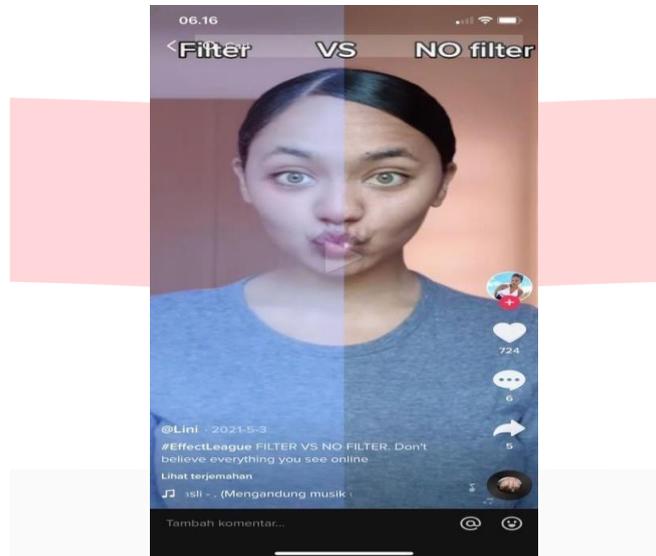
Ketiga ialah Stiker, Fitur stiker berfungsi untuk membuat video menjadi terlihat variatif dengan pilihan sticker yang banyak sehingga mudah untuk menyesuaikan dengan tema atau konsep dari video yang diinginkan. Fitur stiker yang diberikan pada Aplikasi Tik Tok sangatlah variatif seperti contoh stiker dibawah ini:



*Sumber:* Screenshoot Fitur Stiker pada Aplikasi Tiktok

Dari bergamnya stiker tersebut dapat membantu menyesuaikan kebutuhan dalam pembuatan sebuah video atau konten agar lebih bervariasi dan juga tidak membosankan bagi masyarakat yang menontonnya. Dan setiap stiker pun memiliki arti atau makna yang berbeda yang disesuaikan dengan tema video yang disampaikan. Fitur-fitur yang ada pada Aplikasi TikTok juga tidak rumit dan cukup memudahkan para pengguna nya dalam memulai membuat konten dan juga vidio seperti yang mereka inginkan.

Yang terakhir ialah fitur Filter. Fitur ini memiliki fungsi untuk membuat video lebih atraktif dan kreatif sehingga membuat seseorang konten creator lebih percaya diri untuk tampil di depan kamera dengan fasilitas yang telah disediakan. Dengan fitur terakhir ini ialah, fitur yang banyak digunakan oleh para pengguna Tik Tok karena membantu para pengguna untuk menyesuaikan dengan kebutuhan mereka, seperti contohnya seperti gambar dibawah ini:



*Sumber :* Screenshoot Filter video pada Aplikasi Tiktok

Pada fitur filter tersebut banyak pengguna Tik Tok yang menggunakannya dikarenakan, fitur tersebut dapat membuat para penggunanya lebih percaya diri, karena dapat membantu dalam membuat wajah menjadi lebih cantik atau bahkan lebih bersih dari aslinya.

Menurut Kusri (2007) "Informasi adalah data yang telah di olah menjadi sebuah bentuk yang berguna bagi pengguna yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau menjadi pendukung dari sumber informasi". Seperti pada gambar diatas, *user* pengguna Tik Tok dengan nama Klik dokter membuat hastag (#cucitanganchallenge) memiliki pengaruh yang bagus bagi para pengguna, dari hastag tersebut sebanyak 1,7 Milyar pengguna Tik Tok yang menonton ini membuktikan bahwa, informasi kesehatan yang diberikan oleh konten kreator tersebut memperlihatkan antusias dari masyarakat.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penyajian dan pembahasan diatas mengenai Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa, fitur aplikasi Tik Tok bersamaan dengan penggunaan dan metode yang tepat dapat bermanfaat sebagai media dalam mendukung informasi kesehatan yang menarik dan atraktif.

Aplikasi Tik Tok ini viral karena berbeda dengan aplikasi lainnya seperti Instagram, Facebook, dan Youtube dimana orang antusias mengunduhnya karena memberikan fitur yang menawarkan hal yang berbeda sehingga *user* Tik Tok dapat memberikan informasi dengan cara yang unik.

Penggunaan model kampanye komunikasi yang mencakup analisis khalayak, segmentasi, riset formatif, serta analisis pemilihan saluran juga diterapkan sebelum mempublikasikan informasi ke masyarakat, sehingga informasi tersebut dapat diterima kearah yang lebih positif dari masyarakat pengguna aplikasi Tik Tok.

Penggunaan fitur aplikasi Tik Tok yang telah disediakan oleh pihak Tik Tok seperti musik, *countdown*, stiker, filter sangat mempermudah konten kreator mengekspresikan informasi yang ingin disampaikan pada kampanye

kesehatan sebagai daya tarik fitur aplikasi Tik Tok dalam mengedukasi informasi kesehatan dan sangat efektif dalam mengaplikasikan kampanye tersebut kepada masyarakat.

## B. SARAN

Melalui penelitian mengenai topik ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya jika kelak akan mengulas mengenai kampanye pada media sosial yang meneliti tentang daya tarik fitur Tik Tok pada akun kesehatan yang dapat mengedukasi informasi kesehatan secara lebih mendalam dan menggunakan kacamata dan framing teori yang berbeda dari yang telah digunakan saat ini.

Penelitian ini merupakan pembahasan tentang daya tarik dari fitur aplikasi Tik Tok dalam mengedukasi informasi kesehatan dengan metode kualitatif. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengulas dengan metode yang berbeda yakni dengan metode kuantitatif. Hal ini sebagai upaya agar penelitian berikutnya lebih berkembang.

## REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media.
- Andaru, D. P. (2021). *Motif Penggunaan Media Sosial (Survey Pada Remaja Berusia 14-24 Tahun Pengguna Tiktok di Kota Bandung)*. Bandung
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Gretzel, U. and Yoo, K.H. (2015). *Use and Impact of Online Travel Reviews*. *Information and Communication Technologies in Tourism 2008*. Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria Springer-Verlag Wien
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2006, *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Jilid 1, Person Prectice Hall (Edisi Bahasa Inggris) & Indeks (Edisi Bahasa Indonesia)*, Jakarta, Upper Saddle River New Jersey
- Suryani. (2021). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Kampanye Untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19*. Vol 8, No.1 April 2021. ISSN : 2355-0287

## Referensi Jurnal

- Susilowati. (2018). *Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe*. Vol 9 No. 2 September 2018. ISSN : 2579-3292.