

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
EFEKTIVITAS KOMUNIKASI AKUN TIKTOK
@AYMANALTS SEBAGAI MEDIA INFORMASI
KESEHATAN

(Survei Kuantitatif Pada *Followers* Akun TikTok @aymanalts)



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

ALFIDA SURYANI PERTIWI

1408520029

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI
DIGITAL**

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

Alfida Suryani Pertiwi (1408520029), EFEKTIVITAS KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @AYMANALTS SEBAGAI MEDIA INFORMASI KESEHATAN (SURVEI KUANTITATIF PADA FOLLOWERS AKUN TIKTOK @AYMANALTS), Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2024; 132 halaman; 13 lampiran; 5 buku: 2006 – 2021, 33 jurnal, 4 situs.

ABSTRAK

Ayman Alatas merupakan seorang dokter muda dan *content creator* pada media sosial TikTok yang aktif membagikan konten bertema informasi kesehatan. Dengan ciri khas nya yang cadel dan kontennya yang jenaka namun informatif, akun TikTok @aymanalts berhasil meraih jumlah *followers* dan *likes* yang terbilang banyak dan melampaui sejumlah *content creator* dengan genre konten yang serupa. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi akun TikTok @aymanalts sebagai media informasi kesehatan.

Penelitian ini menerapkan teori *The Seven Communication* dalam buku *Effective Public Relations* karya Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom yang mencakup tujuh aspek yaitu *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (konten), *clarity* (kejelasan), *continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), *channel* (saluran), dan *capability of the audience* (kapabilitas atau kemampuan audiens).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah *followers* akun TikTok @aymanalts sebanyak 2 juta pengguna TikTok. Sampel pada penelitian ini diperoleh menggunakan rumus Slovin yaitu sebanyak 100 orang. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan tendensi sentral *mean* dan hasil *mean* diklasifikasikan dalam rentang skala efektivitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi akun TikTok @aymanalts sebagai media informasi kesehatan menghasilkan nilai rata – rata 4,29 yang mana termasuk kategori sangat efektif. Angka tersebut diperoleh melalui akumulasi nilai pada variabel efektivitas komunikasi yang mencakup tujuh dimensi yaitu *credibility* dengan nilai 4,27, *context* dengan nilai 4,36, *content* dengan nilai 4,32, *clarity* dengan nilai 4,25, *continuity and consistency* dengan nilai 4,23, *channel* dengan nilai 4,29, dan *capability of the audience* dengan nilai 4,36.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah komunikasi yang dilakukan akun TikTok @aymanalts sangat efektif sebagai media informasi kesehatan.

Kata Kunci : Efektivitas Komunikasi, Informasi Kesehatan, TikTok.

Alfida Suryani Pertiwi (1408520029), THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATION OF THE TIKTOK ACCOUNT @AYMANALTS AS A HEALTH INFORMATION MEDIA (A QUANTITATIVE SURVEY AMONG THE FOLLOWERS OF THE TIKTOK ACCOUNT @AYMANALTS), Final Scientific Work, 2024; 132 pages; 13 appendices; 5 books: 2006 – 2021, 33 journals, 4 websites.

ABSTRACT

Ayman Alatas is a young doctor and a content creator on the social media platform TikTok, where he actively shares content themed around health information. Characterized by his distinctive lisp and his humorous yet informative content, the TikTok account @aymanalts has achieved a significant number of followers and likes, surpassing many content creators in similar content genres. The purpose of this study is to determine the effectiveness of the @aymanalts TikTok account as a medium for health information.

This research applies the Seven Communication theory from the book "Effective Public Relations" by Scott M. Cutlip, Allen H. Center, and Glen M. Broom, which includes seven aspects: credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, and the capability of the audience.

The study uses a quantitative descriptive method with a survey approach using questionnaires. The population for this study is the followers of the TikTok account @aymanalts, totaling 2 million TikTok users. The sample size for this study, obtained using the Slovin formula, was 100 people. The sampling technique employed was nonprobability sampling with purposive sampling. The data analysis technique used was central tendency mean, and the results of effectiveness were classified within a scale range.

The findings of this study show that the communication effectiveness of the TikTok account @aymanalts as a medium for health information achieved an average score of 4.29, which is categorized as very effective. This score was obtained through the accumulation of values on the communication effectiveness variables, which include seven dimensions: credibility with a score of 4.27, context with a score of 4.36, content with a score of 4.32, clarity with a score of 4.25, continuity and consistency with a score of 4.23, channel with a score of 4.29, and the capability of the audience with a score of 4.36.

The conclusion of this study is that the communication conducted by the TikTok account @aymanalts is highly effective as a medium for health information.

Keywords: Communication Effectiveness, Health Information, TikTok.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Efektivitas Komunikasi Akun TikTok @aymanalts Sebagai Media Informasi Kesehatan (Survei Kuantitatif Pada *Followers* Akun TikTok @aymanalts) adalah benar – benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 27 Mei 2024



Alfida Suryani Pertiwi

NIM. 1408520029



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alfida Suryani Pertiwi
NIM : 1408520029
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : alfidaspertiwi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

**Efektivitas Komunikasi Akun TikTok @aymanalts Sebagai Media Informasi Kesehatan
(Survei Kuantitatif Pada *Followers* Akun TikTok @aymanalts)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Mei 2024

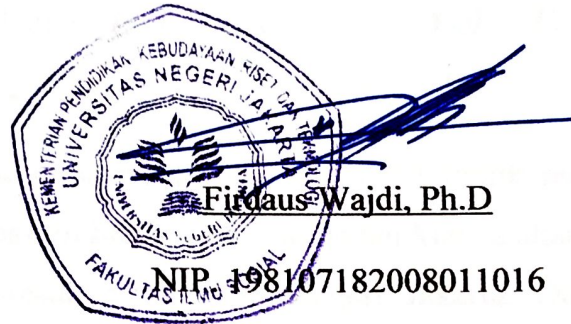
Penulis

(Alfida Suryani Pertiwi)


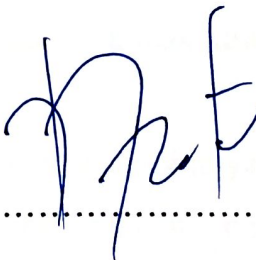


LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, M.Si</u> NIP. 198104042009121004 Ketua Sidang		25 Mei 2024
2.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> NIP. 197709102008122002 Dosen Pembimbing		22 Mei 2024
3.	<u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si</u> NIP. 199002212022032007 Dosen Penguji Ahli		24 Mei 2024
4.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 199509222022032020 Sekretaris Sidang		27 Mei 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, serta dukungan dari orang tua yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah (TAKI) berbentuk skripsi dengan judul “Efektivitas Komunikasi Akun TikTok @aymanalts Sebagai Media Informasi Kesehatan (Survei Kuantitatif Pada *Followers* Akun TikTok @aymanalts) dengan baik, lancar, dan tepat waktu.

Tugas Akhir Karya Ilmiah ini dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

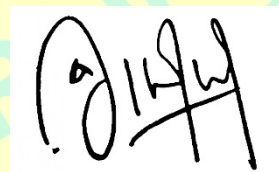
1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si selaku Koordinator Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
4. Wina Puspita Sari, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar selalu membantu, mendukung, dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan penelitian ini dari awal hingga akhir.
5. Seluruh Dosen Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Djoko Rudjianto dan Titi Saridah selaku orang tua penulis yang berperan penting dalam kehidupan akademik penulis dan tidak henti – hentinya untuk memberikan doa serta dukungan baik moril maupun materil.

7. Seluruh responden yang berkenan meluangkan waktunya untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner penelitian.
8. Orang – orang terdekat penulis, Fadly, Nurul, Valent, Thera, Intan, dan Nava yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, semangat, dan motivasi untuk penulis dalam proses penyusunan penelitian ini.
9. Seluruh pihak – pihak lain yang terkait dalam penyusunan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya. Terima kasih atas saran, masukan, dan bantuan yang diberikan hingga penyusunan penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis menyadari dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan dalam proses penyempurnaan. Akhir kata, semoga Allah melimpahkan berkah dan karunia-Nya kepada seluruh pihak terkait atas segala bentuk saran, masukan, bantuan, dan doa yang diberikan kepada penulis dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membaca.

Jakarta, 27 Mei 2024

Penulis,



Alfida Suryani Pertiwi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Hipotesis	8
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Akademis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Deskripsi Konseptual	10
2.1.1 Efektivitas Komunikasi.....	10
2.1.2 New Media.....	13
2.1.3 Media Sosial	14

2.1.4	TikTok	16
2.1.5	Media Informasi.....	17
2.2	Penelitian Yang Relevan	19
2.2.1	Efektivitas Komunikasi Akun Tiktok @buiramira Sebagai Media Edukasi Akademik Mahasiswa Universitas Riau	19
2.2.2	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @info.salatiga Sebagai Media Informasi Online Di Kota Salatiga	21
2.2.3	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Akun @somethincofficial.....	22
2.2.4	Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	24
2.2.5	Efektivitas Penggunaan Media Sosial @kemendagri Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @kemendagri).....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Pendekatan dan Metode Penelitian.....	31
3.1.1	Pendekatan Penelitian	31
3.1.2	Metode Penelitian	32
3.1.3	Jenis Penelitian	32
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.3	Objek Penelitian	33
3.3.1	Unit Analisis	34
3.3.2	Populasi.....	35
3.3.3	Sampel	35
3.3.4	Teknik Penarikan Sampel.....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1	Data Primer.....	38
3.4.2	Data Sekunder.....	39
3.5	Skala Pengukuran	39
3.6	Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1	Validitas	40
3.6.2	Reliabilitas	41

3.7 Teknik Analisis Data	42
3.8 Operasional Konsep	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Akun TikTok @aymanalts	47
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	48
4.2.1 Hasil Uji Validitas	48
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.3 Hasil Penelitian.....	52
4.3.1 Karakteristik Responden.....	52
4.3.2 Dimensi <i>Credibility</i> (Kredibilitas).....	53
4.3.2.1 Indikator <i>Trust</i> (Kepercayaan)	53
4.3.2.2 Indikator <i>Accurate</i> (Akurat).....	55
4.3.2.3 Indikator <i>Fair</i> (Adil)	57
4.3.2.4 Indikator <i>Story</i> (Cerita)	59
4.3.2.5 Indikator <i>Unbiased</i> (Ketidakberpihakan).....	61
4.3.3 Dimensi <i>Context</i> (Konteks)	63
4.3.3.1 Indikator Keterkaitan Dengan Lingkungan Yang Ada	63
4.3.4 Dimensi <i>Content</i> (Konten).....	65
4.3.4.1 Indikator Isi Pesan Memiliki Manfaat Yang Signifikan	65
4.3.5 Dimensi <i>Clarity</i> (Kejelasan).....	67
4.3.5.1 Indikator Isi Pesan Mudah Dipahami.....	67
4.3.5.2 Indikator Isi Pesan Memiliki Keselarasan Makna	69
4.3.6 Dimensi <i>Continuity and Consistency</i> (Kontinuitas Dan Konsistensi)..	71
4.3.6.1 Indikator Kontinuitas Pesan	71
4.3.6.2 Indikator Konsistensi Tema	73
4.3.7 Dimensi <i>Channel</i> (Saluran)	75
4.3.7.1 Indikator Pemilihan Saluran / Media Komunikasi.....	75
4.3.7.2 Indikator Fitur Saluran	77
4.3.7.3 Indikator Efek Saluran	79
4.3.8 Dimensi <i>Capability of The Audience</i> (Kapabilitas Audiens).....	81

4.3.8.1 Indikator Kemampuan Audiens Dalam Mencerna Informasi / Pesan	81
4.4 Analisis Hasil Penelitian	83
4.4.1 Analisis Per-Indikator	83
4.4.2 Analisis Per-Dimensi	86
4.4.3 Rekapitulasi Akhir Hasil Penelitian	89
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	89
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	106



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah <i>Followers & Likes</i> Akun TikTok <i>Creator</i> Dokter Di Indonesia (Diakses Pada 5 Februari 2024)	6
Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian Yang Sedang Dilakukan Dengan Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Klasifikasi Nilai Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	42
Tabel 3.2 Skala Penilaian Variabel Efektivitas Komunikasi	44
Tabel 3.3 Operasional Konsep "Efektivitas Komunikasi Akun TikTok @aymanalts Sebagai Media Informasi Kesehatan"	45
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas 30 Responden	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	51
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.4 Kelompok Usia Responden	52
Tabel 4.5 Kredibilitas akun TikTok @aymanalts sebagai media informasi kesehatan dapat dipercaya	53
Tabel 4.6 Informasi kesehatan yang disampaikan oleh akun TikTok @aymanalts dapat dipercaya	54
Tabel 4.7 Profesi Dokter yang digeluti pemilik akun @aymanalts menumbuhkan kepercayaan terhadap informasi kesehatan yang disampaikan	54
Tabel 4.8 Informasi kesehatan yang disampaikan oleh akun TikTok @aymanalts selalu akurat	55
Tabel 4.9 Informasi kesehatan yang disampaikan akun TikTok @aymanalts sesuai dengan informasi yang diberikan sumber lain yang dianggap akurat (contoh: Dokter dan literatur kesehatan)	56
Tabel 4.10 Informasi kesehatan yang disampaikan akun TikTok @aymanalts sesuai dengan kebutuhan informasi kesehatan yang sedang diperlukan	56

Tabel 4.11 Akun TikTok @aymanalts menyajikan informasi kesehatan yang fakta secara adil.....	57
Tabel 4.12 Akun TikTok @aymanalts memberikan informasi kesehatan yang seimbang terhadap berbagai sudut pandang.....	58
Tabel 4.13 Akun TikTok @aymanalts memberikan ruang kepada <i>followers</i> -nya jika ada yang memiliki pendapat atau opini berbeda.....	58
Tabel 4.14 Akun TikTok @aymanalts menyampaikan informasi kesehatan dengan alur cerita yang menarik.....	59
Tabel 4.15 Akun TikTok @aymanalts menyampaikan informasi kesehatan dengan alur cerita yang dirangkai dengan baik.....	60
Tabel 4.16 Alur cerita yang ditampilkan oleh akun TikTok @aymanalts membuat selalu ingin menonton keseluruhan videonya sampai selesai.....	60
Tabel 4.17 Akun TikTok @aymanalts memberikan informasi kesehatan dengan narasi yang tidak memihak terhadap suatu pihak tertentu.....	61
Tabel 4.18 Akun TikTok @aymanalts memberikan informasi tanpa adanya pengaruh atau tekanan dari pihak lain.....	62
Tabel 4.19 Akun TikTok @aymanalts berhasil menghubungkan informasi yang disampaikan dengan isu - isu kesehatan yang sedang terjadi.....	63
Tabel 4.20 Akun TikTok @aymanalts menyajikan informasi kesehatan yang cocok dengan kelompok usia responden.....	64
Tabel 4.21 Akun TikTok @aymanalts menyajikan informasi kesehatan dengan tetap mempertimbangkan perkembangan zaman.....	64
Tabel 4.22 Akun TikTok @aymanalts menyajikan informasi kesehatan yang bermanfaat.....	65
Tabel 4.23 Konten yang disampaikan akun TikTok @aymanalts mampu menambah pengetahuan seputar informasi kesehatan secara lebih mendalam.....	66
Tabel 4.24 Konten akun TikTok @aymanalts mempengaruhi cara pandang terhadap isu kesehatan yang telah diketahui sebelumnya.....	66

Tabel 4.25 Akun TikTok @aymanalts berhasil menyampaikan informasi kesehatan yang mudah dipahami	67
Tabel 4.26 Akun TikTok @aymanalts menghindari penggunaan istilah yang sulit dipahami oleh kalangan awam	68
Tabel 4.27 Akun TikTok @aymanalts mampu menyampaikan informasi kesehatan yang kompleks kedalam bentuk yang sederhana	68
Tabel 4.28 Terdapat persamaan makna antara informasi kesehatan yang disampaikan oleh akun TikTok @aymanalts dengan pesan yang diterima	69
Tabel 4.29 Komunikasi yang dilakukan oleh akun TikTok @aymanalts sesuai dengan nilai - nilai yang ingin disampaikan	70
Tabel 4.30 Akun TikTok @aymanalts berhasil menjaga konsistensi makna pada setiap konten yang diunggah.....	70
Tabel 4.31 Akun TikTok @aymanalts masih aktif atau mengalami keberlanjutan dalam membagikan konten informasi kesehatan hingga saat ini.....	71
Tabel 4.32 Akun TikTok @aymanalts selalu membagikan informasi kesehatan dengan berbagai variasi.....	72
Tabel 4.33 Dengan isu kesehatan yang silih berganti, akun TikTok @aymanalts mampu membagikan informasi kesehatan dengan konten - kontennya yang relevan.....	72
Tabel 4.34 Akun TikTok @aymanalts konsisten dalam menyebarkan informasi dengan topik kesehatan dalam setiap unggahannya.....	73
Tabel 4.35 Akun TikTok @aymanalts tidak mengalami perubahan tema atau fokus hanya pada satu tema yaitu kesehatan.....	74
Tabel 4.36 TikTok seringkali dipilih sebagai platform untuk mencari informasi kesehatan dibutuhkan	75
Tabel 4.37 Akun TikTok @aymanalts adalah sebuah media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan	76

Tabel 4.38 Akun TikTok @aymanalts mampu menggunakan TikTok untuk mencapai tujuan komunikasinya secara optimal.....	76
Tabel 4.39 Fitur – fitur pada media sosial TikTok mudah untuk diakses.....	77
Tabel 4.40 Akun TikTok @aymanalts memanfaatkan fitur yang ada pada TikTok dengan baik sehingga dapat menghadirkan visual yang menarik	78
Tabel 4.41 Akun TikTok @aymanalts memanfaatkan fitur interaktif pada TikToks-nya untuk menjalin interaksi dengan <i>followers</i> -nya.....	78
Tabel 4.42 Akun TikTok @aymanalts dapat meningkatkan kesadaran <i>followers</i> -nya terhadap isu kesehatan melalui konten – kontennya	79
Tabel 4.43 Akun TikTok @aymanalts berhasil membuat <i>followers</i> -nya terlibat diskusi terkait isu kesehatan yang sedang dibahas melalui konten – kontennya ..	80
Tabel 4.44 Akun TikTok @aymanalts menyampaikan informasi kesehatan yang membuat termotivasi untuk mengambil tindakan tertentu terkait kesehatan.....	80
Tabel 4.45 Responden menyerap informasi kesehatan yang disampaikan oleh akun TikTok @aymanalts	81
Tabel 4.46 Komunikasi yang dilakukan akun TikTok @aymanalts mempermudah dalam memahami topik atau isu kesehatan yang sedang dibahas.....	82
Tabel 4.47 Responden pernah memberikan umpan balik positif terhadap konten informasi kesehatan yang diunggah oleh akun TikTok @aymanalts	82
Tabel 4.48 Hasil Analisis Per-Indikator.....	83
Tabel 4.49 Hasil Analisis Per-Dimensi.....	86
Tabel 4.50 Rekapitulasi Akhir Variabel Efektivitas Komunikasi.....	89

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 <i>Mean</i> Per-Indikator	85
Diagram 4.2 <i>Mean</i> Per-Dimensi	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Internet Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Survei Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (2023).....	3
Gambar 1.3 Survei Konten Di Internet Yang Paling Sering Dikunjungi Masyarakat Indonesia (2023).....	4
Gambar 1.4 Profil TikTok @aymanalts.....	5
Gambar 2.1 Data Pengguna Internet & Media Sosial Tahun 2023.....	15
Gambar 4.1 Dokumentasi Komentar Netizen Terhadap Konten Seputar " <i>Side Stitch</i> "	91
Gambar 4.2 Dokumentasi Konten TikTok @aymanalts Mengenai Efek Samping Vaksin <i>Astrazeneca</i>	92
Gambar 4.3 Dokumentasi Komentar Netizen Terhadap Fenomena Kaki Gatal Saat Lari.....	93
Gambar 4.4 Dokumentasi Komentar Netizen Yang Memiliki HB Rendah Karena Makan Dibarengi Meminum Teh/Kopi.....	94
Gambar 4.5 Dokumentasi Konten TikTok @aymanalts Periode 6-12 Mei 2024.	95
Gambar 4.6 Dokumentasi Komentar Netizen Terhadap Konten Mitos Larangan Sampoan Saat Haid	96
Gambar 4.7 Dokumentasi Komentar Netizen Memberikan Umpan Balik Positif	98

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. AKUN TIKTOK @AYMANALTS (Diakses 5 Februari 2024)	106
LAMPIRAN 2. HASIL UJI VALIDITAS <i>PRODUCT MOMENT PEARSON</i> (KEPADA 30 RESPONDEN)	107
LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS <i>PRODUCT MOMENT PEARSON</i> (KEPADA 100 RESPONDEN)	108
LAMPIRAN 4. HASIL UJI RELIABILITAS <i>CRONBACH'S ALPHA</i> (KEPADA 30 RESPONDEN).....	109
LAMPIRAN 5. HASIL UJI RELIABILITAS <i>CRONBACH'S ALPHA</i> (KEPADA 100 RESPONDEN).....	110
LAMPIRAN 6. KUESIONER PENELITIAN.....	111
LAMPIRAN 7. PERSENTASE JENIS KELAMIN RESPONDEN	119
LAMPIRAN 8. PERSENTASE USIA RESPONDEN	119
LAMPIRAN 9. DATA RESPONDEN	120
LAMPIRAN 10. TABULASI JAWABAN KUESIONER PADA 100 RESPONDEN	124
LAMPIRAN 11. DOKUMENTASI <i>DIRECT MESSAGE</i> DENGAN BEBERAPA RESPONDEN	130
LAMPIRAN 12. FORMULIR KEGIATAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR ..	131
LAMPIRAN 13. DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	132