

Analisis Konten pada Akun Tiktok @dr.ziee sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit

Nindy Yulianda^{*1}, Moehammad Iqbal Sultan², Muhammad Akbar³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Pascasarjana, Universitas Hasanuddin, Indonesia

Email: ¹nindyulyiandaa@gmail.com, ²miqsul1012@gmail.com, ³muhammadakbar6764@gmail.com

Abstrak

Di era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu platform utama bagi individu untuk mengakses informasi dan edukasi di berbagai bidang, termasuk perawatan kulit. TikTok sebagai salah satu platform media sosial terpopuler memiliki jangkauan yang luas dan mampu menarik perhatian jutaan pengguna dari berbagai kalangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Dr. Yessica Tania dalam memberikan edukasi mengenai perawatan kulit pada media sosial tiktok. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi. Analisis isi digunakan untuk memahami bagaimana konten disusun dan disampaikan sehingga dapat memberikan dampak positif bagi pengikut. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi dan penelitian kepustakaan dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara mencari, membaca dan mengumpulkan tulisan, artikel, dokumen online dan informasi lainnya tentang @dr.ziee, guna melengkapi penelitian yang peneliti lakukan. Hasil penelitian tersebut adalah TikTok memiliki potensi besar sebagai platform edukasi khususnya di bidang perawatan kulit. Format video pendek pada aplikasi TikTok memungkinkan informasi tersampaikan secara cepat dan mudah dipahami. Pada postingan tiktok @dr.ziee memanfaatkan fitur ini dengan baik, menghadirkan konten informatif yang menarik perhatian penonton merupakan sebuah strategi yang digunakan dalam menyampaikan edukasi. Kecepatan dan fleksibilitas dalam menyampaikan informasi menjadi salah satu keunggulan utama TikTok dibandingkan media tradisional. Dr. Yessica Tania melalui akun @dr.ziee menggunakan berbagai strategi komunikasi efektif untuk menjangkau dan menyampaikan pesan edukasi kepada para pengikut Tiktok.

Keywords: Analisis Konten, Dr.Ziee, Media Sosial, Tiktok

Abstract

In today's digital era, social media has become one of the main platforms for individuals to access information and education in various fields, including skin care. TikTok as one of the most popular social media platforms has a wide reach and is able to attract the attention of millions of users from various circles. The purpose of this study was to determine the strategy used by Dr. Yessica Tania in providing education about skin care on social media TikTok. The method used is a qualitative descriptive method. This study uses a content analysis approach. Content analysis is used to understand how content is structured and delivered so that it can have a positive impact on followers. This study uses a content analysis approach and library research where researchers collect data by searching, reading and collecting writings, articles, online documents and other information about @dr.ziee, in order to complement the research conducted by researchers. The results of the study are that TikTok has great potential as an educational platform, especially in the field of skin care. The short video format on the TikTok application allows information to be conveyed quickly and easily understood. In the TikTok post @dr.ziee makes good use of this feature, presenting informative content that attracts the attention of viewers is a strategy used in delivering education. Speed and flexibility in delivering information are one of TikTok's main advantages compared to traditional media. Dr. Yessica Tania through the @dr.ziee account uses various effective communication strategies to reach and convey educational messages to TikTok followers.

Keywords: Content Analysis, Dr.Ziee, Social Media, Tiktok

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama bagi individu untuk mengakses informasi dan edukasi di berbagai bidang, termasuk perawatan kulit. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, memiliki jangkauan yang luas dan mampu menarik perhatian jutaan pengguna dari berbagai kalangan. Pengguna TikTok tidak hanya memanfaatkan platform ini untuk hiburan, tetapi juga untuk mendapatkan informasi yang relevan dan edukatif. Media

sosial sendiri bukan hanya sekedar media dan berbeda dengan media massa yang ada. Hal ini dikarenakan media sosial mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam mengubah banyak hal dengan mempengaruhi pendapat publik. Media sosial adalah saluran yang sangat cepat dan mudah diakses yang menyebarkan berita dan, setiap detik setiap hari, sejumlah besar orang mengakses dan berinteraksi dengan berita online. Media sosial pun kini telah menjadi jaringan yang memudahkan pertukaran informasi antar penggunanya, baik itu dari segi hiburan, pemasaran, bahkan hingga edukasi. Hal ini didukung oleh pernyataan yang menyebutkan bahwa media sosial merupakan salah satu media di internet yang banyak digunakan untuk meningkatkan pemasaran produk atau jasa. Dengan kemampuan media sosial untuk menyambungkan interaksi orang satu dengan lainnya dalam rentang nanodetik, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dapat dikatakan lebih hemat dan juga efisien. Di sisi lain, ada peningkatan berkelanjutan dalam penggunaan media sosial, termasuk dalam konteks kesehatan. Pasien dan tenaga kesehatan memanfaatkan platform ini untuk berkomunikasi dan mencari informasi tentang berbagai masalah kesehatan. Penggunaan media sosial juga telah membuat dokter melihat potensi media sosial untuk mempromosikan kesehatan yang lebih baik (Setiawati & Pratiwi, 2022).

Platform media sosial merupakan sarana komunikasi yang kuat yang dapat digunakan untuk mendidik pasien dan meningkatkan kesadaran publik tentang banyak penyakit dan masalah kesehatan pada kulit. Dalam kata lain, media sosial mengubah sifat dan kecepatan interaksi perawatan kesehatan antara individu dengan tenaga ahli kesehatan kulit. Penjelasan ini pun sejalan dengan temuan yang juga melihat bahwa media sosial kini bukan hanya alat bagi konsumen untuk berbelanja tetapi juga merupakan platform yang digunakan oleh beauty influencer dan tenaga kesehatan, termasuk dokter kulit, untuk mendidik konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang tepat dan untuk memberikan saran mengenai prosedur estetika yang tepat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media untuk berkomunikasi dalam sebuah media massa juga mengalami perkembangan. Dahulu, media yang digunakan ialah media cetak dan elektronik, dan sekarang beralih ke media berbasis internet, yang kemudian secara perlahan menjadi salah satu pemenuhan informasi yang dibutuhkan manusia. Beragam informasi dapat dinikmati lewat media internet yang kemudian menjelaskan dirinya sebagai new media. New media merupakan media yang berbasis internet, media online menggunakan teknologi, memiliki karakter fleksibel, dan juga memiliki potensi interaktif dan berfungsi secara privat maupun secara publik. Sedangkan R. Cahyo Prabowo berpendapat bahwa media baru new media online merupakan sarana komunikasi dimana bisa saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita melalui saluran jaringan internet serta informasi yang ddi dapat selalu terkini secara cepat dan lebih ringkas dalam menyampaikan informasi kepada pembawa atau klayaknya didapat selalu terkini secara cepat dan lebih ringkas dalam menyampaikan informasi (Kodir & Rizkianto, 2021).

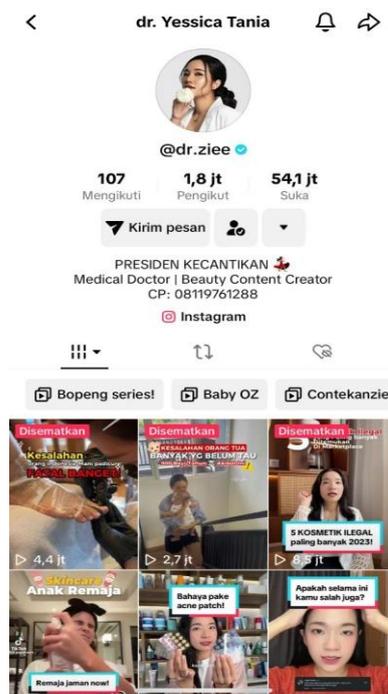
Media baru (new media) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Karakteristik dari new media adalah dapat diubah (edit), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat user generated. Konten di mana konten atau isi artikel dalam internet dapat ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua internet user. Teori new media merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa new media merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. Hubungan antara Smartphone dan internet saat ini menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan, khususnya pada generasi milenial yang dapat dikatakan sangat aktif bermain di dunia maya. Bahkan media sosial kini seolah menjadi rumah kedua bagi pengguna smartphone. Media sosial mampu menghadirkan serta menyajikan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari media tradisional. Berbagai media komunikasi dunia “cyber” ini membentuk jaringan komunikasi yang kaya tanpa batasan ruang dan waktu (Bulele & Wibowo, 2020).

Aplikasi Tik Tok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi ini memiliki ribuan hingga jutaan pengguna di seluruh penjuru dunia. Biasanya aplikasi ini berisi video-video pendek dengan

konten yang menarik dan memiliki ragam genre mulai dari konten makanan, fashion, education, hingga konten-konten menarik lainnya yang semua ini dibuat dengan tujuan sebagai hiburan.

Fenomena Media Sosial Tiktok yang Populer di Seluruh Dunia, Tik Tok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Dalam laporan We Are Social dan Hootsuite, pada Januari 2023, Tik Tok memiliki 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia. Jumlah pengguna yang begitu besar ini menempatkan Tik Tok di peringkat keenam sebagai aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak secara global. Perlu dicatat bahwa pengguna Tik Tok di seluruh dunia mengalami peningkatan sebesar 18,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Indonesia menduduki peringkat kedua dalam daftar negara dengan jumlah pengguna Tik Tok terbanyak di dunia. Jumlah pengguna *Tik Tok di Indonesia* mencapai 109,9 juta pengguna. Fenomena Tik Tok telah menarik perhatian masyarakat Indonesia, terutama kalangan muda, yang gemar membuat dan menonton video pendek (Gittawati, 2023). Tik Tok merupakan aplikasi yang berisikan video singkat dengan beragam cara penyampaian informasinya. Melalui Tik Tok, penggunanya bebas dalam bereskrepsi dalam menyajikan suatu konten, mulai dari untuk hiburan, pengetahuan bahkan saat ini menjadi media informasi. Pada dasarnya aplikasi Tik Tok ini dapat menumbuhkan rasa kesenangan tersendiri bagi penggunanya. Kemunculan Tik Tok di mulai sebagai video lip-sync, serta beragam fitur seperti efek wajah, dll yang dimiliki Tik Tok untuk menarik perhatian. Dengan durasi yang singkat membuat penggunanya tidak akan bosan untuk scrolling untuk melihat beragam konten yang diunggah pengguna lainnya (Hasiholan et al., 2020).

Terlepas dari beberapa fakta dan fenomena yang kita temukan pada aplikasi Tik Tok ini, pada dasarnya media sosial memang mempunyai daya tarik tersendiri bagi kalangan para remaja maupun anak-anak. Di samping sebagai media hiburan aplikasi Tik Tok juga dapat dijadikan sebagai sarana alternatif dalam mengembangkan berbagai kemampuan pada diri seseorang. Setelah cukup populer di kalangan para remaja, ternyata banyak juga dari kalangan lainnya yang menggunakan Tik Tok sebagai bahan pengembangan edukasi dan pendidikan yang sangat menarik dan interaktif. Faktanya, aplikasi ini cukup bermanfaat dan memiliki daya tarik yang sangat luas. Melihat berbagai fitur yang ada pada aplikasi Tik Tok, maka sangat dimungkinkan untuk didesain dan di olah sebagai media pembelajaran baru kepada anakanak sekolah hingga ke jenjang perguruan tinggi. Berdasarkan beberapa pengamatan yang telah dilakukan pada aplikasi Tik Tok tersebut, ternyata cukup memenuhi kriteria utama sebagai media yang dapat memberikan sarana pembelajaran dan edukasi yang bermanfaat bagi kalangan pelajar sekolah maupun beberapa kalangan lainnya (Yupi & Heryadi Putri, 2023).



Gambar 1. Profil Tiktok Dr.Yessica Tania

Salah satu *influencer* yang mempunyai kredibilitas adalah Dr. Yessica Tania. Influencer ini memiliki akun tiktok @dr.ziee yang merupakan seorang dokter estetika yang membuat konten-konten edukasi. Akun Tiktok @dr.ziee merupakan akun tiktok yang memiliki followers 1,8 juta dengan jumlah total likes sebanyak 54,1 juta (diakses pada 21 Mei 2024). Akun tiktok Dr.Ziee merupakan akun khusus konten edukasi masalah perawatan kulit terutama pada kulit wajah Wanita. Konten yang diunggah pada akunnya seperti membahas mengenai kandungan-kandungan dan tips-tips seputar kecantikan serta perawatan kulit. Salah satu keunikan dari konten dr.ziee adalah konten-konten yang dibuat mengenai edukasi perawatan kulit wajah tetapi tidak menyebutkan merek produknya dan hanya berfokus pada rekomendasi bahan-bahan yang baik digunakan pada kulit terutamanya pada kulit wajah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten yang diunggah dalam postingan TikTok @Dr.Ziee, dengan fokus pada aspek edukasi perawatan kulit. Analisis ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana konten-konten tersebut disusun dan disampaikan sehingga mampu memberikan dampak positif bagi para pengikutnya. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi metode penyampaian informasi yang efektif dan bagaimana @Dr.Ziee mampu membangun kredibilitas sebagai sumber informasi yang terpercaya di platform yang sering kali dipenuhi dengan informasi yang tidak terverifikasi. Dengan memahami isi pesan dan strategi penyampaian yang digunakan oleh @Dr.Ziee, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai peran media sosial, khususnya TikTok, dalam edukasi kesehatan. Hal ini juga dapat menjadi referensi bagi konten kreator lain dan para profesional di bidang kesehatan yang ingin memanfaatkan media sosial untuk edukasi publik. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan cara-cara efektif dalam menyampaikan informasi edukatif yang dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai perawatan kulit yang baik dan benar. Oleh karena itu, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Dr. Yessica Tania dalam memberikan edukasi mengenai perawatan kulit pada media sosial tiktok.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif merupakan metodologi penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati, mengumpulkan dan mendeskripsikan seluruh peristiwa dan data kualitatif yang dianalisis (Faradis et al., 2023). Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi dan penelitian kepustakaan dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara mencari, membaca dan mengumpulkan tulisan, artikel, dokumen online dan informasi lainnya tentang @dr.ziee, guna melengkapi penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian kualitatif melalui analisis dan pengumpulan data, yang kemudian diinterpretasikan dan tidak menggunakan statistik. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mencapai pemahaman secara umum terhadap pernyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman kemudian lebih dahulu dilakukan analisis pada kenyataan yang menjadi fokus penelitian, kemudian dapat dilakukan penarikan kesimpulan dari analisis tersebut yang sifatnya abstrak tentang kenyataan. Sedangkan untuk sifat penelitiannya yaitu deskriptif, yaitu penelitian dengan tujuan menggambarkan fakta serta karakteristik populasi berupa pendapat, kondisi, sikap, permasalahan, keadaan, sistem atau prosedur.

Subjek dari penelitian ini adalah postingan tiktok pada akun @dr.ziee yang diunggah pada tahun 2022 – 2023 pada postingan yang memiliki jumlah *like* minimal 10.000. Sumber data pada penelitian ini yakni ada dua data primer dan sekunder, dimana data primer penelitian ini yang didapatkan dari video-video konten tiktok @dr.ziee, namun pada penelitian ini tidak menganalisis seluruh video konten tiktok @dr.ziee tetapi hanya beberapa video yang dijadikan sampel yang diunggah pada tahun 2023 – 2024 dengan video yang memiliki jumlah *like* minimal 10.000. Data sekunder adalah data didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber. Peneliti disini memiliki peran sebagai tangan kedua. Peneliti mendapatkan data sekunder melalui berbagai macam sumber seperti laporan, jurnal, buku dan lainnya. Data sekunder sebuah penelitian didapatkan dari sumber-sumber yang mendukung penelitian seperti jurnal, Youtube, tesis, internet serta dokumen lain untuk melengkapi data yang sudah ada. Pada penelitian ini Metode pengumpulan data yang akan digunakan yaitu menggunakan teknik analisis konten. Metode teknik analisis konten ini digunakan untuk menganalisis serta memahami mengenai pesan simbolik dalam bentuk seperti dokumen, artikel, karya sastra, dan lainnya yang termasuk data tidak berstruktur. Penelitian ini mengumpulkan data yang dilakukan peneliti adalah dokumentasi dan observasi. Dalam menganalisis data yang sudah terkumpul peneliti melakukan analisis data terbagi 3 yakni, kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Shafa Tasya Kamillah et al., 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Strategi Komunikasi Dr.Yessica Tania pada akun tiktoknya @dr.ziee dalam memanfaatkan tiktok sebagai media edukasi perawatan kulit

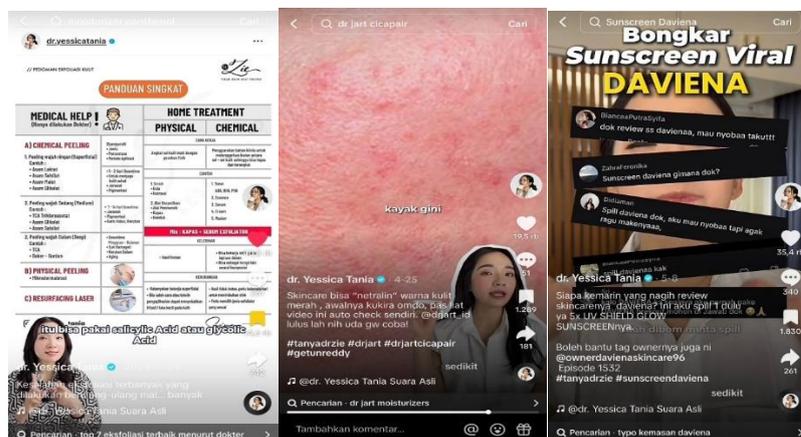
Meningkatnya peran teknologi dan komunikasi dalam kehidupan manusia telah mendorong masyarakat untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan berbagai kemudahan dan keunggulan yang ditawarkan. Di era digital ini, penggunaan berbagai aplikasi dan media sosial menjadi hal yang sangat umum dan sering ditemukan di berbagai kalangan. Jejaring sosial, yang termasuk kategori media sosial yang paling populer, digunakan oleh banyak orang. Platform seperti Facebook, Twitter, WhatsApp, Skype, Instagram, Path, dan TikTok sangat mendominasi.

TikTok, khususnya, telah berkembang pesat dan menjadi salah satu aplikasi yang paling populer digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk sebagai media alternatif untuk pembelajaran dan edukasi. TikTok menawarkan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang kreatif dan menarik, yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi edukatif dengan cara yang lebih engaging dan mudah dipahami oleh audiens yang lebih luas (Retnasary & Fitriawati, 2022).

Dalam rangka memperkenalkan tiktok sebagai platform edukasi, penting untuk membuat konten yang menunjukkan manfaat dan keunggulannya dalam bidang ini. Salah satu pendekatan adalah dengan membuat konten yang menonjolkan interaktivitas dan keterlibatan pengguna. Video-video yang menunjukkan proses pemberian edukasi yang menyenangkan dan interaktif akan menarik perhatian masyarakat dan mengubah persepsi mereka tentang TikTok. Penggunaan visual yang menarik, seperti infografis dan animasi, dapat membantu menyampaikan informasi dengan lebih jelas dan menarik (Hutamy et al., 2021).

Strategi komunikasi yang efektif dalam memanfaatkan tiktok sebagai media edukasi ;harus dimulai dengan mendefinisikan khalayak sasaran. Mengetahui siapa yang ingin dijangkau baik itu pelajar, mahasiswa, atau masyarakat umum adalah langkah pertama yang krusial. Setelah itu, berbagai tindakan harus direncanakan untuk mencapai khalayak ini dengan cara yang paling efektif. Ini termasuk memilih topik yang relevan dan menarik, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta memastikan konten yang disajikan memiliki nilai edukatif yang tinggi.

Salah satu akun tiktok yang populer dikalangan masyarakat khususnya pada Wanita yang memberikan edukasi mengenai perawatan kulit khususnya pada wajah yaitu Dr.Yessica Tania pada akun tiktoknya @dr.ziee. Setiap konten yang dia unggah oleh Dr.Yessica Tania memiliki dasar pengetahuan yang kuat dari bidang dermatologi. Informasi yang disajikan mencakup berbagai aspek perawatan kulit, seperti tips harian, penjelasan tentang kondisi kulit tertentu, dan rekomendasi produk. Sebagai seorang dokter kulit, Dr. Yessica memberikan penjelasan yang mendetail dan ilmiah, sehingga pengikutnya dapat merasa mendapatkan informasi yang kredibel dan berguna. Ini membantu membangun kepercayaan di antara pengikut dan memperkuat posisinya sebagai sumber informasi yang terpercaya. Berbagai pesan-pesan edukasi yang disampaikan Dr.yessica Tania seputar perawatan kulit wajah seperti jangan menggunakan bahan skincare abal-abal, wajib menggunakan sunscreen, dan sebagainya. Berikut adalah salah beberapa postingan tiktok Dr.Yessica Tania pada akun tiktoknya @dr.ziee.



Gambar 2. Postingan Tiktok Dr. Yessica Tania pada akun @dr.ziee

Dalam platform berbasis video seperti TikTok, visual memainkan peran yang sangat penting. Dr. Yessica Tania menggunakan grafik, animasi, dan demonstrasi langsung untuk menjelaskan topik-topik kompleks dengan cara yang mudah dipahami. Misalnya, dia menunjukkan cara yang benar untuk mengaplikasikan produk perawatan kulit atau menggunakan grafik untuk menjelaskan struktur kulit dan cara kerja berbagai produk. Pendekatan visual ini tidak hanya membuat konten lebih menarik tetapi juga membantu dalam pemahaman yang lebih baik oleh pengikutnya. Salah satu elemen kunci dari strategi komunikasi Dr. Yessica Tania pada akun tiktoknya @dr.ziee adalah interaksi yang aktif dengan pengikutnya. Dia sering merespons komentar, menjawab pertanyaan, dan membuat video khusus untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan. Pendekatan ini menciptakan dialog dua arah, membuat pengikut merasa lebih terlibat dan didengar. Responsifitas ini juga membantu Dr. Yessica untuk terus mengetahui kebutuhan dan keinginan pengikutnya, yang kemudian dapat dia gunakan untuk menciptakan konten yang lebih relevan dan bermanfaat.

Konsistensi adalah kunci dalam membangun dan mempertahankan audiens di media sosial tiktok. Dr. Yessica Tania secara teratur mengunggah konten pada akun tiktoknya @dr.ziee, menjaga pengikut tetap terlibat dan menunggu informasi terbaru. Jadwal pengunggahan yang konsisten tidak hanya membantu dalam mempertahankan visibilitas akun tetapi juga membangun ekspektasi di antara pengikut bahwa mereka akan mendapatkan informasi baru dan berguna secara rutin. Untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten, Dr. Yessica Tania menggunakan hashtag yang relevan seperti #tanyadrzie, #tipsdrzie, dan #skincaretips. Hashtag ini membantu kontennya ditemukan oleh pengguna yang mencari informasi tentang perawatan kulit, sehingga menarik audiens yang lebih luas dan meningkatkan jumlah pengikut. Penggunaan hashtag yang tepat adalah bagian penting dari strategi SEO di platform media sosial seperti tiktok. Dr. Yessica Tania sering menyapa pengikut secara langsung dalam videonya, berbagi pengalaman pribadi, dan memberikan saran yang disesuaikan dengan kebutuhan individu. Pendekatan personal ini membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikutnya, membuat mereka merasa lebih terhubung dan dihargai. Ini juga memberikan sentuhan manusiawi pada konten medis, membuatnya lebih relatable dan menarik bagi audiens yang lebih luas.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memberikan edukasi pada media sosial tiktok membutuhkan sebuah strategi agar masyarakat yang melihat atau menontoh konten yang telah dibuat dapat di cerna dan memberikan edukasi yang bermanfaat. 1) Tiktok memiliki potensi besar sebagai platform edukasi, terutama dalam bidang perawatan kulit. Format video pendek pada aplikasi tiktok memungkinkan informasi disampaikan dengan cara yang cepat dan mudah dipahami. Akun tiktok @dr.ziee memanfaatkan fitur ini dengan baik, menyajikan konten yang informatif dan menarik perhatian audiens. Kecepatan dan keluwesan dalam menyampaikan informasi menjadi salah satu keunggulan utama tiktok dibandingkan dengan media tradisional. 2) Dr. Yessica Tania, melalui akun @dr.ziee, menggunakan berbagai strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau dan menyampaikan pesan - pesan edukasi kepada pengikut tiktoknya. Beberapa strategi utama termasuk penyajian konten yang berbasis pengetahuan ilmiah, penggunaan visual yang menarik, dan interaksi aktif dengan pengikut. Pendekatan personalisasi dalam setiap video, seperti menyapa pengikut secara langsung dan menjawab pertanyaan, juga membantu membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan kepercayaan. Interaksi yang aktif dan responsif dari Dr. Yessica terhadap pengikutnya menciptakan keterlibatan yang tinggi ini menunjukkan bahwa komunikasi dua arah yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pengikut dan memperkuat komunitas online. Keterlibatan ini penting untuk memastikan bahwa pesan edukatif tidak hanya disampaikan tetapi juga dipahami dan diaplikasikan oleh audiens. 3) Penggunaan visual yang menarik dan edukatif di akun tiktok @dr.ziee memainkan peran kunci dalam keberhasilan penyampaian pesan. Grafik, animasi, dan demonstrasi langsung membantu audiens memahami topik yang kompleks dengan cara yang lebih sederhana dan menyenangkan. Ini menegaskan pentingnya elemen visual dalam mendukung proses pembelajaran. Konten yang disajikan oleh akun tiktok @dr.ziee selalu didasarkan pada pengetahuan medis yang kredibel dan relevan dengan kebutuhan audiens. Hal ini meningkatkan kepercayaan dan otoritas akun sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan. Kredibilitas ini penting dalam membedakan konten edukatif yang berkualitas dari informasi yang kurang valid atau menyesatkan yang sering ditemukan di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, 1*, 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Faradis, N., Ainya, N., Fauzah, A., Ichsan, M., & Anshori, A. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional*, 643–652.
- Gittawati. (2023). Analisis Semiotika Male Gaze dalam Akun TikTok @goodponselangers. *Jurnal Komunikasi*, 5(2), 443–466.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *CommuniVerse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Hutamy, E. T., Swartika, F., Naila, A., Azisah, Q., Hasan, M., Ekonomi, P., Makassar, U. N., & Makassar, P. (2021). *Persepsi Peserta Didik Terhadap Pemanfaatan*.
- Kodir, K. H. A., & Rizkianto, A. (2021). Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar dalam Ceramahnya di Youtube | The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in his Lecture on Youtube. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 49. <https://doi.org/10.31764/jail.v4i2.4317>
- Retnasary, M., & Fitriawati, D. (2022). Analisis akun Tik Tok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi (Maya Retnasary, Diny Fitriawati) Analisis akun Tik Tok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>
- Setiawati, M., & Pratiwi, A. (2022). Tiktok Sebagai Media Edukasi Perawatan Kecantikan. *Cakrawala Repositori IMWI*, 5, 2620–8814. <https://www.journal.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/113%0Ahttps://www.journal.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/download/113/130>
- Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, & Meity Suryandari. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 50–62. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>
- Yupi, Y., & Heryadi Putri, A. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *Komversal*, 5(1), 70–92. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1214>

Halaman Ini Dikосongkan