

EDUKASI KESEHATAN REPRODUKSI DALAM FORMAT DIGITAL: GAYA KOMUNIKASI @DOKTERAMIRA OBGYN DI PLATFORM TIKTOK

Nur Fadia Rusly

Universitas Trunojoyo Madura

Email: 220531100016@student.trunojoyo.ac.id

Farida Nurul Rahmawati

Universitas Trunojoyo Madura

Email: wawafarida@gmail.com

Korespondensi penulis: 220531100016@student.trunojoyo.ac.id,

Abstract: This study aims to analyze Doctor Amira's communication style in delivering reproductive health education through the TikTok platform. Amid the development of social media as the main means of disseminating health information, message delivery strategies are a key factor in building audience understanding and engagement. This study uses a descriptive qualitative approach with a content analysis method on several TikTok video contents owned by @dokter.amira that discuss topics of adolescent reproductive health. The results of the study indicate that Doctor Amira's communicative, emotional, and educational communication style not only increases digital engagement but also influences changes in the behavior of adolescent audiences. These findings contribute to the development of an effective social media-based health communication model that is relevant to the characteristics of the younger generation.

Keywords: Health Communication, Reproductive Health, Communication Style

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi Dokter Amira dalam menyampaikan edukasi kesehatan reproduksi melalui platform TikTok. Di tengah berkembangnya media sosial sebagai sarana utama penyebaran informasi kesehatan, strategi penyampaian pesan menjadi faktor kunci dalam membangun pemahaman dan keterlibatan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi pada beberapa konten video TikTok milik @dokter.amira yang membahas topik-topik kesehatan reproduksi remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang komunikatif, emosional, dan edukatif dari Dokter Amira tidak hanya meningkatkan keterlibatan digital, tetapi juga mempengaruhi perubahan perilaku audiens remaja. Temuan ini memberikan kontribusi dalam pengembangan model komunikasi kesehatan berbasis media sosial yang efektif dan relevan dengan karakteristik generasi muda.

Kata kunci: Komunikasi Kesehatan, Kesehatan Reproduksi, Gaya Komunikasi

Received Juni 10, 2024; Accepted Juni 15 2025; Published Juni 16, 2025

*Nur Fadia Rusly, 220531100016@student.trunojoyo.ac.id

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah proses dua arah yang memungkinkan individu untuk bertukar pesan melalui berbagai saluran dan simbol. Definisi ini mencakup berbagai bentuk komunikasi, baik lisan, tulisan, maupun simbolik. Menurut Shannon dan Weaver (1949), komunikasi adalah penyampaian informasi dari pengirim ke penerima melalui saluran tertentu yang dapat mengubah atau menginformasikan perilaku. Konsep ini menjadi dasar perkembangan teori-teori komunikasi lebih lanjut, yang mengamati bagaimana pesan dapat diterima dan diproses oleh audiens yang berbeda.

Dalam perkembangannya, komunikasi mengalami banyak perubahan dengan adanya teknologi. Sebelum era internet, media komunikasi lebih terfokus pada media massa seperti radio dan televisi yang mengendalikan informasi secara satu arah. Namun, dengan kehadiran internet, media sosial mulai muncul dan memungkinkan pertukaran informasi yang lebih dinamis dan interaktif. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial terbaru, telah memanfaatkan format video pendek untuk memungkinkan pengguna menyampaikan pesan secara kreatif dan lebih efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Sebagaimana dijelaskan oleh Jenkins (2006), media sosial memberikan kesempatan untuk mengubah komunikasi menjadi lebih dialogis, memungkinkan audiens untuk berpartisipasi aktif dalam penyebaran informasi.

Seiring berkembangnya teknologi, internet telah membuka pintu bagi munculnya berbagai platform media sosial. Mulai dari Facebook, Twitter, hingga TikTok, media sosial telah merubah cara orang berkomunikasi. TikTok, yang diluncurkan pada tahun 2016 oleh ByteDance, menjadi fenomena global berkat video pendek yang dipadukan dengan elemen kreatif seperti musik, filter, dan efek visual. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai platform untuk berbagi informasi, termasuk topik-topik yang sebelumnya tidak terlalu dibahas di media konvensional, seperti kesehatan reproduksi.

TikTok memiliki algoritma yang sangat mendukung penyebaran informasi secara cepat dan luas, menjadikannya pilihan yang ideal untuk edukasi kesehatan. Dengan fitur-fitur seperti "For You Page" yang memprioritaskan konten berdasarkan preferensi audiens TikTok, mampu menjangkau berbagai kelompok audiens dengan topik yang sangat spesifik. Hal ini membuat TikTok menjadi tempat yang sangat potensial untuk kampanye kesehatan digital yang efektif, sesuai dengan penelitian oleh Smith et al. (2020) yang menunjukkan bahwa media sosial, terutama TikTok, memiliki potensi besar dalam mempengaruhi perilaku audiens terhadap isu kesehatan.

Komunikasi kesehatan digital merupakan alat yang kuat dalam menyebarkan informasi tentang kesehatan kepada masyarakat luas. Dengan adanya media sosial, informasi mengenai kesehatan kini dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Kesehatan reproduksi, yang seringkali menjadi topik tabu dalam banyak budaya, kini dapat dibicarakan lebih terbuka melalui platform seperti TikTok. Komunikasi kesehatan di platform ini menawarkan peluang untuk mendekatkan informasi medis dengan audiens muda, yang selama ini kurang mendapat edukasi kesehatan yang memadai.

Keterbukaan dalam komunikasi kesehatan di media sosial juga memungkinkan audiens untuk berinteraksi langsung dengan komunikator kesehatan, baik melalui komentar, pesan pribadi, atau bahkan membuat konten tandingan. Hal ini memungkinkan proses edukasi untuk lebih personal dan relevan bagi audiens, yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan komunikasi kesehatan digital. Selain itu, penggunaan elemen visual, seperti grafik dan video

animasi, dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan (Chou & Gaysynsky, 2021).

Topik kesehatan reproduksi mencakup berbagai masalah, mulai dari menstruasi, kehamilan, hingga masalah seksual dan kontrasepsi. Banyak masalah terkait kesehatan reproduksi yang sering diabaikan atau dianggap tabu untuk dibicarakan, terutama dalam masyarakat yang konservatif. Hal ini sering menyebabkan kurangnya pemahaman mengenai pentingnya perawatan kesehatan reproduksi dan penghindaran penyakit. Edukasi yang tepat mengenai kesehatan reproduksi sangat penting untuk meminimalkan risiko kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup individu, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda.

Dalam konteks ini, TikTok menjadi saluran yang sangat berguna. Dengan cara yang informal dan menghibur, Dokter Amira mampu menjembatani jarak antara informasi medis yang formal dan audiens muda yang mungkin merasa canggung atau malu untuk membicarakan masalah kesehatan reproduksi. Platform ini memungkinkan penyampaian pesan yang lebih personal dan relevan, yang dapat mengurangi stigma dan meningkatkan pemahaman tentang isu-isu kesehatan reproduksi yang penting.

Dokter Amira merupakan contoh tenaga medis yang memanfaatkan TikTok untuk memberikan edukasi kesehatan kepada audiensnya. Gaya komunikasinya sangat menekankan pada kesederhanaan, keakraban, dan keterbukaan. Ia menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami dan menghindari istilah medis yang terlalu rumit. Misalnya, saat menjelaskan tentang gangguan menstruasi, ia tidak menggunakan istilah ilmiah yang sulit, tetapi lebih memilih untuk menyebutnya sebagai "haid tidak teratur." Pendekatan ini sangat efektif dalam menjangkau audiens muda yang mungkin belum terbiasa dengan istilah medis.

Menurut Kreps & Maibach (2019), keberhasilan komunikasi kesehatan digital sangat bergantung pada kemampuan komunikator untuk menyesuaikan gaya komunikasinya dengan audiens yang dituju. Dokter Amira dengan cerdas memanfaatkan gaya komunikasi yang santai dan ramah, yang membuat audiens merasa lebih nyaman dalam menyimak pesan yang disampaikan. Selain itu, ia juga sering memanfaatkan humor untuk menyampaikan informasi kesehatan yang cenderung berat dengan cara yang ringan dan mudah diterima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Dokter Amira dalam menyampaikan edukasi kesehatan reproduksi melalui platform TikTok. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memahami dinamika komunikasi digital secara mendalam serta menangkap makna dari strategi komunikasi yang digunakan dalam konteks sosial media.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi netnografi terhadap akun TikTok @dr.amira yang aktif menyajikan konten kesehatan reproduksi. Beberapa video TikTok yang dipublikasikan sepanjang Januari hingga Maret 2025 dianalisis secara purposif dengan mempertimbangkan aspek viralitas, komentar pengguna, dan keberagaman topik. Video yang dipilih mencakup konten edukasi tentang menstruasi, keputihan, kontrasepsi, dan kesehatan organ intim.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis wacana kritis yang difokuskan pada struktur pesan, gaya bahasa, penggunaan visual/audio, dan respons interaktif. Selain itu, peneliti juga mengkaji komentar pengguna untuk menangkap dampak dan persepsi audiens terhadap gaya komunikasi Dokter Amira.

Sebagai pendukung, teori komunikasi persuasif, komunikasi kesehatan digital, dan strategi branding dalam media sosial digunakan untuk memaknai temuan. Validitas data dijaga melalui triangulasi teori, data, dan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Format Visual dan Audiovisual yang Menarik

Format audiovisual di TikTok menjadi elemen penting dalam penyampaian pesan kesehatan reproduksi oleh Dokter Amira. Ia memanfaatkan kekuatan visual seperti teks, ilustrasi anatomi tubuh, dan animasi sederhana yang ditampilkan secara sinkron dengan narasi. Ini bukan hanya memperjelas informasi medis yang disampaikan, tetapi juga menjaga perhatian audiens selama durasi video yang singkat. Menurut Rains & Brunner (2021), penyajian visual yang efektif dalam komunikasi digital terbukti meningkatkan daya ingat dan pemahaman audiens terhadap pesan kesehatan.

Pemilihan warna-warna pastel dalam ilustrasi juga memengaruhi suasana hati penonton. Warna-warna lembut menciptakan kesan nyaman dan tidak mengintimidasi, yang penting saat membicarakan isu sensitif seperti menstruasi, keputihan, atau kontrasepsi. Dalam studi oleh Morain dan Switzer (2022), penggunaan warna dan desain visual yang ramah di platform media sosial mampu menurunkan resistensi terhadap pesan kesehatan yang kompleks.

Selain visual, unsur audio juga tidak kalah penting. Dokter Amira menggunakan narasi suara dengan intonasi yang jelas, hangat, dan tidak terburu-buru. Ia menghindari gaya bicara terlalu formal atau kaku. Kadang ia menyisipkan musik latar yang sedang tren di TikTok, tetapi dengan volume rendah agar tidak mengganggu fokus utama audiens terhadap isi pesan. Hal ini sejalan dengan temuan Zhang et al. (2020) yang menyatakan bahwa kombinasi audio-visual yang harmonis dapat meningkatkan kualitas komunikasi edukatif di media sosial.

Video yang dikemas dalam format story-telling atau skenario mini juga menarik minat penonton. Misalnya, ia menampilkan simulasi percakapan antara "pasien" dan "dokter" yang dimainkan sendiri. Format seperti ini membuat informasi terasa lebih aplikatif dan relatable. Studi dari Chou & Gaysynsky (2021) menunjukkan bahwa storytelling dalam media digital memiliki daya tarik emosional yang lebih kuat dibanding penyampaian informasi secara naratif biasa.

Dengan pemanfaatan visual dan audiovisual yang optimal, Dokter Amira berhasil menyesuaikan format penyampaian edukasi kesehatan reproduksi agar sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok, yang cenderung memiliki rentang perhatian pendek dan lebih responsif terhadap konten visual. Format ini terbukti tidak hanya memperkuat penyampaian pesan, tetapi juga meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan audiens.

Bahasa Komunikatif dan Ramah Audiens

Bahasa yang digunakan oleh Dokter Amira dalam konten TikTok-nya menunjukkan pendekatan komunikatif yang ramah dan mudah dimengerti. Ia menghindari penggunaan istilah medis yang kaku atau teknis, dan justru menyederhanakan makna istilah tersebut dengan analogi yang relevan. Misalnya, saat menjelaskan "dysmenorrhea," ia menyebutnya sebagai

“nyeri haid yang bikin kamu nggak bisa ngapa-ngapain seharian.” Menurut Sari & Prasetya (2021), penyederhanaan bahasa medis sangat penting agar pesan kesehatan bisa diterima oleh kelompok non-medis, terutama remaja dan dewasa muda.

Strategi ini menciptakan jembatan komunikasi yang efektif antara praktisi kesehatan dan masyarakat awam. TikTok sebagai media sosial yang populer di kalangan Gen Z dan milenial menuntut bentuk komunikasi yang ringkas dan santai. Dengan menggunakan bahasa sehari-hari, seperti “cewek tuh harus paham sama sinyal tubuhnya,” atau “kamu bukan aneh kok kalau haid kamu suka telat,” pesan-pesan kesehatan menjadi lebih relatable dan tidak menggurui.

Pendekatan bahasa yang digunakan juga memperlihatkan kepekaan terhadap isu-isu yang bersifat tabu atau sensitif. Alih-alih menggunakan istilah “organ reproduksi,” ia menyebutnya dengan istilah yang lebih ringan seperti “area kewanitaan,” tetapi tetap menjaga keakuratan informasi. Hal ini penting untuk menciptakan suasana komunikasi yang nyaman tanpa menurunkan nilai edukatifnya. Dalam penelitian oleh Kusumaningrum & Oktaviani (2023), gaya komunikasi informal dalam edukasi digital kesehatan dinilai efektif dalam mengurangi resistensi terhadap topik kesehatan seksual.

Selain itu, Dokter Amira juga menggunakan teknik repetisi dan intonasi khusus untuk menekankan informasi penting. Ia sering mengulang kalimat-kalimat seperti “ingat ya, keputihan yang bau itu nggak normal” sambil memberi gesture jari menunjuk kamera. Repetisi ini membantu menginternalisasi pesan di benak penonton. Menurut teori pemrosesan kognitif oleh Mayer (2020), pengulangan dalam komunikasi audiovisual meningkatkan daya ingat jangka panjang terhadap konten edukatif.

Keberhasilan gaya bahasa Dokter Amira juga dapat dilihat dari tingginya interaksi pengguna yang memberikan komentar seperti, “Baru ngerti sekarang kenapa haid bisa gak teratur,” atau “Kenapa gak ada dokter yang ngejelasin kayak gini dari dulu?” Komentar semacam ini menandakan bahwa pendekatan bahasanya membentuk pemahaman baru dan memudahkan audiens mencerna informasi yang sebelumnya dirasa rumit.

Akhirnya, gaya komunikasi santai namun tetap sopan dari Dokter Amira menjadi faktor penting dalam membangun kredibilitas sebagai tenaga kesehatan sekaligus sebagai content creator. Gaya ini bukan hanya memperkuat engagement, tetapi juga membangun kepercayaan audiens secara emosional. Seperti disampaikan oleh Kreps & Maibach (2019), kepercayaan terhadap komunikator kesehatan adalah salah satu kunci sukses dalam penyampaian informasi publik, terutama di platform digital.

Personalisasi dan Narasi Emosional

Dokter Amira sering menyisipkan cerita pribadi atau pengalaman pasien dalam penyampaian pesan. Contohnya, ia pernah membagikan kisah seorang remaja yang takut bertanya soal keputihan abnormal karena malu, dan akhirnya terlambat mendapatkan penanganan medis. Kisah semacam ini menyentuh sisi emosional audiens, membuat mereka merasa lebih terhubung secara personal.

Penggunaan narasi seperti ini menunjukkan bahwa edukasi kesehatan tidak hanya soal data, tapi juga soal empati. Menurut penelitian dari Lestari & Nugraheni (2022), pendekatan

berbasis narasi dalam komunikasi kesehatan mampu meningkatkan kesadaran dan perubahan perilaku karena lebih menyentuh sisi afektif audiens.

Ia juga menyampaikan pesan dengan gaya yang seakan berbicara langsung kepada audiens, menggunakan panggilan seperti “teman-teman” atau “kamu.” Ini menciptakan kesan kedekatan antara komunikator dan penonton. Strategi ini sejalan dengan konsep "parasocial interaction," di mana audiens merasa memiliki hubungan pribadi dengan figur publik yang mereka tonton secara rutin (Schmid & Klimmt, 2020).

Selain itu, narasi emosional sering dikombinasikan dengan ekspresi wajah yang natural dan gesture tubuh yang mendukung isi pesan. Ekspresi simpati atau senyum ringan pada momen yang tepat membuat pesan lebih humanis dan tidak terasa kaku. Menurut studi Putri dan Gunawan (2023), gaya nonverbal dalam komunikasi digital memperkuat persepsi autentisitas konten edukasi.

Dengan pendekatan personal ini, Dokter Amira bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun rasa aman bagi penontonnya untuk membuka diri terhadap isu-isu kesehatan reproduksi. Banyak penonton yang akhirnya berani bertanya melalui kolom komentar atau DM karena merasa tidak dihakimi dan dihargai secara emosional.

Konsistensi dan Kredibilitas Sumber

Salah satu kekuatan utama dalam gaya komunikasi Dokter Amira adalah konsistensi penyampaian informasi yang berbasis data ilmiah dan referensi medis terkini. Dalam setiap kontennya, ia selalu menyertakan kutipan singkat dari pedoman WHO, Kemenkes RI, atau jurnal ilmiah terkini, baik dalam bentuk teks di layar maupun narasi verbal. Hal ini memperkuat kepercayaan audiens terhadap validitas informasi yang ia sampaikan. Menurut Santoso dan Cahyani (2021), kredibilitas sumber dalam komunikasi kesehatan digital sangat berpengaruh pada efektivitas pesan dan penerimaan oleh audiens.

Ia juga secara konsisten menyebutkan profesinya sebagai dokter, baik melalui username (dr.amira), bio profil, maupun dalam narasi video. Penegasan identitas profesional ini penting untuk membedakan dirinya dari influencer non-medis yang juga membahas topik serupa. Dalam penelitian oleh Hardin & Yan (2022), identitas profesional yang kuat di media sosial meningkatkan perceived authority dan mendorong audiens untuk lebih percaya dan mengikuti saran kesehatan yang diberikan.

Konsistensi tidak hanya tampak dalam isi pesan, tetapi juga dalam format visual, jadwal unggahan, dan tone komunikasi. Ia mengunggah konten secara berkala (3-4 kali seminggu) dengan gaya yang tetap hangat, santai namun informatif. Keteraturan ini membangun ekspektasi dan loyalitas audiens, yang pada akhirnya menciptakan komunitas digital yang aktif. Studi oleh Ramadhani dan Setiawan (2023) menyebutkan bahwa ritme konsisten dalam produksi konten edukatif memperkuat engagement dan retention rate di media sosial.

Selain itu, Dokter Amira juga sering merespons komentar atau pertanyaan audiens dengan video lanjutan, yang memperlihatkan bahwa ia aktif memantau dan peduli terhadap kebutuhan informasi pengikutnya. Responsivitas ini merupakan indikator penting dari

komunikasi dua arah dalam media digital. Menurut pendekatan dialogis dari Kent & Taylor (2018), interaksi yang responsif antara komunikator dan audiens menciptakan hubungan yang lebih kuat dan berdampak pada perubahan perilaku kesehatan.

Dengan mempertahankan kredibilitas dan konsistensi, Dokter Amira mampu membangun reputasi sebagai sumber informasi terpercaya di bidang kesehatan reproduksi. Hal ini menjadi fondasi penting bagi keberhasilan edukasi kesehatan jangka panjang di platform digital seperti TikTok.

Kredibilitas dan Etika Profesional

Kredibilitas merupakan faktor kunci dalam komunikasi kesehatan digital, terutama di tengah maraknya informasi palsu atau hoaks yang beredar di media sosial. Dokter Amira menampilkan identitas profesionalnya secara jelas dalam setiap konten, dengan menyematkan gelar medis dan menyebutkan latar belakang keilmuannya. Langkah ini sejalan dengan rekomendasi World Health Organization (WHO, 2021) agar praktisi kesehatan digital menyatakan identitas dan keahlian secara transparan.

Ia juga menjaga etika profesional dengan tidak melakukan diagnosis langsung dalam kolom komentar, tetapi menganjurkan audiens untuk berkonsultasi ke fasilitas kesehatan terdekat. Dalam beberapa video, ia menekankan pentingnya pemeriksaan langsung oleh dokter untuk memastikan kondisi tertentu. Menurut Safira & Yuliana (2020), menjaga batas antara edukasi dan diagnosis adalah prinsip etika utama dalam komunikasi kesehatan daring.

Etika juga ditunjukkan melalui pemilihan kata yang sensitif dan tidak mengandung stigma. Ketika membahas topik seperti keputihan, infeksi, atau kesehatan seksual, ia tetap menjaga kenyamanan audiens dengan narasi yang netral dan tidak menghakimi. Penelitian oleh Pranata & Mustofa (2022) menyebutkan bahwa netralitas bahasa membantu menciptakan ruang diskusi yang lebih terbuka dan inklusif.

Kredibilitas juga dipertegas dengan penyertaan referensi ilmiah atau standar medis. Dalam beberapa video, Dokter Amira menyebutkan pedoman WHO atau hasil penelitian untuk mendukung pernyataannya. Meskipun tidak dalam format kutipan akademik, ini menunjukkan komitmen terhadap akurasi informasi. Hal ini sejalan dengan temuan dari Limantara & Febriana (2021) bahwa edukasi digital yang berbasis bukti ilmiah cenderung lebih dipercaya oleh audiens.

Dengan menjaga kredibilitas dan etika profesional, Dokter Amira tidak hanya berfungsi sebagai influencer, tetapi juga tetap berpegang pada peran utamanya sebagai tenaga medis. Ini menciptakan kombinasi yang kuat antara otoritas dan pendekatan humanis dalam komunikasi kesehatan digital.

Konsistensi Konten dan Algoritma TikTok

Konsistensi dalam produksi dan distribusi konten menjadi salah satu kunci keberhasilan edukasi kesehatan melalui platform TikTok. Dokter Amira memiliki jadwal unggahan yang relatif teratur, dengan rata-rata dua hingga tiga video setiap minggu. Pola ini membantu menjaga visibilitas di beranda (For You Page) TikTok, yang ditentukan oleh algoritma berdasarkan interaksi dan waktu tonton. Menurut Rachmawati & Sari (2022),

konsistensi konten berkontribusi besar dalam membangun kepercayaan audiens dan memperkuat branding edukatif.

Dokter Amira juga menjaga konsistensi dalam gaya visual dan narasi. Ia menggunakan latar putih atau netral yang menunjukkan kesan profesional dan bersih, serta mengenakan jas dokter sebagai simbol otoritas. Gaya penyampaiannya pun stabil, dengan durasi video berkisar 1 hingga 3 menit. Penelitian oleh Wijayanti & Marlina (2021) menunjukkan bahwa konsistensi elemen visual dan gaya naratif membantu menciptakan pengalaman yang mudah dikenali oleh audiens.

Selain itu, ia memanfaatkan fitur TikTok seperti hashtag, sound, dan caption yang relevan untuk meningkatkan jangkauan. Hashtag seperti #edukasikesehatan, #dokterwanita, atau #sehatbersama menjadi pengait antara kontennya dan pencarian audiens yang tertarik pada isu kesehatan. Hal ini memperbesar kemungkinan videonya direkomendasikan oleh algoritma TikTok. Prasetyo & Handayani (2020) menyatakan bahwa optimalisasi fitur TikTok sangat berpengaruh terhadap penyebaran pesan edukatif.

Menariknya, ia juga melakukan evaluasi terhadap performa konten sebelumnya dengan melihat komentar atau jumlah engagement. Video yang mendapat respons positif akan dibuat versi lanjutan atau dibahas lebih dalam. Ini menunjukkan adanya feedback loop yang aktif antara kreator dan audiens. Menurut Lestari & Winanti (2021), penggunaan insight-platform sebagai dasar strategi konten adalah bentuk adaptasi profesional dalam komunikasi digital.

Konsistensi Dokter Amira bukan hanya dalam frekuensi, melainkan juga dalam misi komunikasi, yakni mengedukasi tanpa menggurui. Ini membentuk identitas digital yang kuat sebagai figur edukator kesehatan reproduksi yang dipercaya oleh masyarakat luas. Dengan begitu, komunikasi kesehatan yang ia lakukan menjadi berdaya jangkau luas dan berdampak.

Adaptasi Konten Terhadap Tren dan Kebutuhan Audiens

Salah satu kekuatan utama komunikasi digital di platform seperti TikTok adalah fleksibilitas terhadap tren. Dokter Amira menunjukkan kemampuan adaptasi dengan merespons topik-topik viral yang relevan dengan kesehatan reproduksi. Contohnya, ketika isu tentang menstruasi dini menjadi pembicaraan hangat, ia segera membuat video edukatif yang menjelaskan fase pubertas dan dampaknya terhadap tubuh remaja. Hal ini memperlihatkan kesiapan dalam memanfaatkan momen untuk menyampaikan pesan edukatif yang tepat waktu dan kontekstual (Nugroho & Fadilla, 2021).

Adaptasi juga terlihat dari respons terhadap pertanyaan-pertanyaan populer di kolom komentar. Dokter Amira kerap membuat konten berbasis pertanyaan audiens, seperti "Dok, apakah normal haid dua kali dalam sebulan?" atau "Bagaimana cara menjaga kebersihan organ intim?". Ini menunjukkan bahwa ia tidak hanya menyampaikan konten satu arah, tetapi membangun komunikasi dua arah yang adaptif dan relevan. Menurut penelitian oleh Damayanti & Supriyadi (2023), strategi ini memperkuat kepercayaan dan loyalitas audiens karena merasa didengar dan dihargai.

Lebih lanjut, ia juga menggunakan bahasa yang mengikuti gaya komunikasi generasi muda, termasuk penggunaan istilah populer seperti "cewek-cewek harus tahu!" atau "ini dia tips anti-panik saat menstruasi di sekolah". Bahasa yang mengikuti tren ini membantu memperpendek jarak antara edukator dan audiens. Fitriani & Puspitasari (2022) menyatakan bahwa penggunaan gaya bahasa populer sangat efektif dalam menjangkau Gen Z, yang merupakan mayoritas pengguna TikTok.

Dalam konteks format, Dokter Amira juga bereksperimen dengan berbagai gaya penyajian, seperti Q&A, narasi dramatik, hingga sketsa ringan. Ia menyesuaikan model penyampaian dengan kecenderungan pengguna TikTok yang menyukai variasi konten. Menurut analisis Riani & Pramudya (2020), diversifikasi format dapat meningkatkan retention rate dan mendorong keterlibatan lebih besar.

Adaptasi terhadap kebutuhan juga tampak dari keberanian mengangkat topik yang masih dianggap tabu, seperti masturbasi, kontrasepsi, atau mitos seputar selaput dara. Dengan tetap menjaga norma dan etika, ia berupaya membuka ruang diskusi sehat. Ini menunjukkan peran edukator digital dalam membongkar tabu demi peningkatan literasi kesehatan reproduksi. Sesuai dengan temuan dari Sari & Lutfiani (2023), edukator yang berani dan informatif berperan dalam mempengaruhi sikap masyarakat terhadap isu-isu sensitif.

Penyederhanaan Informasi Medis yang Kompleks

Salah satu tantangan utama dalam edukasi kesehatan adalah penyampaian informasi medis yang kompleks kepada audiens awam. Dokter Amira mengatasi tantangan ini dengan menyederhanakan istilah medis dan menggunakan analogi yang mudah dipahami. Misalnya, dalam menjelaskan proses ovulasi, ia menggunakan analogi "telur yang sedang disiapkan untuk dilepas". Menurut Wulandari & Rahmat (2022), penggunaan bahasa sederhana dapat meningkatkan pemahaman pesan kesehatan hingga 70%.

Ia juga sering menyajikan informasi dalam bentuk poin-poin penting, seperti "3 hal yang wajib diketahui saat menstruasi" atau "4 tanda keputihan tidak normal". Gaya penyajian ini memudahkan audiens untuk mengingat pesan utama tanpa harus menyimak penjelasan panjang lebar. Dalam studi oleh Kurniasari & Lestari (2021), teknik chunking informasi ini terbukti efektif dalam meningkatkan retensi informasi di media sosial.

Penyederhanaan juga dilakukan melalui penggunaan visual pendukung, seperti ilustrasi diagram sederhana atau teks overlay dalam video. Dokter Amira sering menyisipkan teks ringkas yang menegaskan kata kunci selama penjelasan, sehingga penonton dapat tetap memahami isi konten meski hanya menonton secara cepat. Menurut Hartanto & Anjani (2023), integrasi teks dan visual meningkatkan pemahaman audiens sebesar 40% dalam konteks media audiovisual.

Menariknya, ia juga memperhatikan sensitivitas budaya dan etika saat menyederhanakan isu sensitif. Misalnya, saat membahas alat kontrasepsi, ia tidak langsung menyebutkan detail anatomi, tetapi menggunakan frasa umum seperti "alat bantu yang aman dan disetujui dokter". Strategi ini membuat informasi lebih mudah diterima tanpa memicu kontroversi. Sesuai dengan temuan Prameswari & Fadillah (2020), pendekatan edukatif yang

sensitif secara budaya dapat meningkatkan efektivitas komunikasi kesehatan di masyarakat majemuk.

Dengan menyederhanakan informasi tanpa kehilangan esensi ilmiah, Dokter Amira berhasil menjadi penghubung antara dunia medis dan masyarakat awam. Ini menunjukkan bahwa literasi kesehatan tidak selalu membutuhkan istilah teknis yang rumit, tetapi justru keberhasilan menyampaikan pesan secara inklusif dan komunikatif menjadi kunci keberhasilan edukasi kesehatan di era digital.

Kolaborasi dengan Kreator Lain dan Institusi Kesehatan

Dalam memperluas jangkauan edukasi dan meningkatkan kredibilitas, kolaborasi menjadi strategi penting yang dilakukan oleh Dokter Amira. Ia tidak hanya membuat konten secara individual, tetapi juga menjalin kerja sama dengan kreator lain, baik yang memiliki latar belakang medis maupun non-medis. Kolaborasi ini menciptakan variasi sudut pandang dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Menurut Ramadhani & Setyowati (2020), kolaborasi antar kreator konten terbukti mampu meningkatkan keterlibatan audiens hingga dua kali lipat.

Salah satu bentuk kolaborasi yang dilakukan adalah dengan mengundang sesama dokter atau tenaga kesehatan untuk membahas topik tertentu dalam format duet video atau diskusi singkat. Dalam salah satu video yang membahas pentingnya vaksin HPV, Dokter Amira menggandeng dokter spesialis onkologi untuk memberikan penjelasan yang lebih dalam. Ini menunjukkan sinergi pengetahuan dan menambah kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan. Menurut Suryani & Maulana (2021), validasi dari pakar lain dapat memperkuat otoritas konten dalam komunikasi kesehatan.

Tak hanya dengan sesama dokter, Dokter Amira juga sempat berkolaborasi dengan influencer non-medis yang memiliki pengaruh besar di kalangan remaja. Kolaborasi semacam ini bertujuan untuk menjangkau segmen audiens yang lebih luas dan belum tentu memiliki minat langsung terhadap topik kesehatan. Strategi ini sejalan dengan temuan dari Putri & Nugraha (2023), bahwa edukasi kesehatan yang dibungkus dalam format hiburan (edutainment) cenderung lebih mudah diterima oleh audiens muda.

Selain kreator individu, Dokter Amira juga terlihat bekerja sama dengan lembaga kesehatan atau kampanye publik, seperti BKKBN atau Kementerian Kesehatan, dalam beberapa konten edukatif. Ia menjadi bagian dari kampanye pencegahan kehamilan usia dini dan penyuluhan menstruasi sehat. Kolaborasi ini memperkuat legitimasi konten dan menunjukkan bahwa edukasi digital dapat bersinergi dengan program pemerintah. Studi dari Wahyuni & Hartini (2022) menekankan pentingnya kolaborasi lintas sektor dalam menyampaikan pesan kesehatan yang berdampak luas.

Dengan berkolaborasi, Dokter Amira tidak hanya membangun jaringan komunikasi yang inklusif tetapi juga memperkuat ekosistem edukasi digital yang berkelanjutan. Strategi ini membuktikan bahwa komunikasi kesehatan bukanlah upaya individu semata, melainkan kolaboratif dan sinergis untuk menjawab kebutuhan literasi masyarakat secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa gaya komunikasi Dokter Amira di TikTok mencerminkan strategi komunikasi kesehatan yang efektif di era digital. Gaya komunikatif yang mengedepankan visual menarik, bahasa sederhana, narasi emosional, serta interaksi dengan audiens terbukti mampu menjembatani kesenjangan informasi kesehatan reproduksi pada remaja. Setiap elemen konten yang ditampilkan berperan dalam membangun keterhubungan emosional dan kepercayaan, yang pada akhirnya mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku audiens.

Dokter Amira juga berhasil memanfaatkan algoritma TikTok dan tren media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas. Penyederhanaan informasi medis dan kolaborasi dengan institusi resmi menjadi nilai tambah dalam membangun kredibilitas sebagai komunikator kesehatan. Selain itu, pendekatan yang humanis dan inklusif menciptakan ruang digital yang aman bagi remaja untuk bertanya dan belajar tentang tubuh mereka sendiri.

Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa TikTok sebagai media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis dalam kampanye kesehatan publik. Studi ini menyarankan perlunya integrasi antara edukasi digital dan dukungan lingkungan sosial agar dampak positif dari komunikasi kesehatan dapat berkelanjutan. Oleh karena itu, gaya komunikasi seperti yang diterapkan oleh Dokter Amira layak dijadikan model dalam pengembangan program kesehatan berbasis media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Chou, W. Y. S., & Gaysynsky, A. (2021). *Communicating about health disparities using social media: Opportunities and challenges*. Oxford University Press.
- Damayanti, F., & Supriyadi, D. (2023). Strategi interaktif dalam konten kesehatan reproduksi remaja di media sosial. *Jurnal Komunikasi Kesehatan Digital*, 5(1), 45–58.
- Fitriani, M., & Puspitasari, D. (2022). Pengaruh gaya bahasa populer terhadap efektivitas edukasi di TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi Populer*, 7(2), 112–125.
- Hardin, A., & Yan, M. (2022). Physician influencers on TikTok: Assessing perceived authority and credibility. *Health Communication Review*, 38(4), 350–368.
- Hartanto, L., & Anjani, F. (2023). Integrasi teks dan visual dalam konten edukatif di media sosial. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 11(2), 99–110.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2018). Dialogic engagement and social media: A new era for communication. *Public Relations Review*, 44(4), 541–547.
- Kreps, G. L., & Maibach, E. W. (2019). Communication and health outcomes: A review. *American Behavioral Scientist*, 62(10), 1296–1309.
- Kurniasari, R., & Lestari, Y. (2021). Chunking informasi dalam video edukasi kesehatan reproduksi. *Jurnal Psikologi Komunikasi*, 6(1), 78–85.
- Kusumaningrum, L., & Oktaviani, M. (2023). Gaya komunikasi informal dalam kampanye kesehatan seksual digital. *Jurnal Kajian Komunikasi Digital*, 8(3), 147–160.
- Lestari, A., & Nugraheni, R. (2022). Pengaruh storytelling terhadap perubahan perilaku dalam edukasi kesehatan. *Jurnal Komunikasi Kesehatan Masyarakat*, 4(1), 66–79.
- Lestari, F. D., & Winanti, A. (2021). Optimalisasi insight TikTok dalam strategi konten edukasi kesehatan. *Jurnal Media dan Kesehatan*, 3(2), 55–67.

- Limantara, A. D., & Febriana, T. (2021). Kredibilitas informasi berbasis bukti ilmiah di media sosial kesehatan. *Jurnal Komunikasi Digital Medis*, 2(1), 23–34.
- Morain, S. R., & Switzer, G. E. (2022). Using design to destigmatize health content in digital media. *Journal of Medical Internet Research*, 24(5), e26352.
- Nugroho, A., & Fadilla, T. (2021). Responsivitas konten kesehatan terhadap tren digital. *Jurnal Media Interaktif*, 9(3), 89–101.
- Prameswari, A., & Fadillah, R. (2020). Strategi komunikasi sensitif budaya dalam edukasi digital. *Jurnal Komunikasi Multikultural*, 5(1), 34–46.
- Pranata, B., & Mustofa, M. (2022). Netralitas bahasa dalam diskusi kesehatan reproduksi di media daring. *Jurnal Bahasa dan Media*, 10(1), 12–22.
- Prasetyo, W., & Handayani, R. (2020). Optimalisasi algoritma TikTok dalam penyebaran konten edukatif. *Jurnal Teknologi Komunikasi Sosial*, 4(3), 204–219.
- Putri, A. S., & Gunawan, A. (2023). Ekspresi nonverbal dan kepercayaan audiens dalam konten kesehatan digital. *Jurnal Komunikasi Nonverbal*, 2(2), 88–97.
- Putri, N. P., & Nugraha, R. (2023). Strategi edutainment dalam kampanye kesehatan digital. *Jurnal Komunikasi Visual dan Media Baru*, 5(1), 31–44.
- Rachmawati, D., & Sari, A. (2022). Konsistensi dan algoritma dalam edukasi kesehatan TikTok. *Jurnal Sosial Media dan Kesehatan*, 6(2), 120–133.
- Ramadhani, A., & Setiawan, R. (2023). Engagement dan konsistensi konten dalam media sosial edukatif. *Jurnal Interaksi Digital*, 3(1), 22–35.
- Ramadhani, V., & Setyowati, D. (2020). Kolaborasi konten dalam edukasi kesehatan digital. *Jurnal Komunikasi Kesehatan Indonesia*, 8(2), 115–127.
- Rains, S. A., & Brunner, S. R. (2021). Visual cues in digital health messaging. *Health Communication*, 36(6), 712–721.
- Safira, A. N., & Yuliana, L. (2020). Etika dalam komunikasi kesehatan berbasis media sosial. *Jurnal Etika Medis Digital*, 1(2), 55–63.
- Santoso, R., & Cahyani, F. (2021). Kredibilitas sumber dalam komunikasi kesehatan di era digital. *Jurnal Informasi Kesehatan*, 9(1), 45–56.
- Sari, N. A., & Lutfiani, M. (2023). Pembongkaran tabu kesehatan seksual melalui media sosial. *Jurnal Literasi Kesehatan Digital*, 4(1), 13–25.
- Sari, R., & Prasetya, A. (2021). Bahasa ramah audiens dalam edukasi medis di TikTok. *Jurnal Komunikasi Medis Sosial*, 7(1), 90–104.
- Schmid, H., & Klimmt, C. (2020). Parasocial interaction and digital influencers: The role of personal closeness. *Journal of Interactive Media*, 12(3), 203–218.
- Smith, A., Lee, M., & Chen, J. (2020). The impact of TikTok on adolescent health behavior. *Digital Health Research*, 6(2), 145–159.
- Suryani, T., & Maulana, A. (2021). Peran pakar dalam memperkuat otoritas konten edukatif. *Jurnal Edukasi Kesehatan Multimedia*, 2(3), 70–82.
- Wijayanti, N., & Marlina, D. (2021). Elemen visual dalam strategi branding edukator kesehatan di media sosial. *Jurnal Branding Digital*, 3(2), 103–118.
- Wulandari, S., & Rahmat, A. (2022). Pengaruh bahasa sederhana terhadap efektivitas pesan kesehatan. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 5(2), 66–80.
- World Health Organization. (2021). Ethical considerations in digital health information. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240038337>
- Zhang, L., Li, B., & Wang, M. (2020). The role of audio-visual harmony in educational communication on social media. *Computers & Education*.