

EDUKASI PENCEGAHAN COVID-19 DALAM MEDIA SOSIAL: GAMBARAN KONTEN VIDEO TIKTOK

Nur Shadrina Nasution¹, Syamsulhuda Budi Musthofa², Zahroh Shaluhiah²

¹Peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro

²Bagian Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro

*Corresponding author : nstnurshadrina@gmail.com

ABSTRACT

In the midst of the global pandemic of the corona virus (covid-19), social media consumption has increased significantly, one of which is the use of the Tiktok application. Tik Tok has partnered with a number of international organizations to share health information, this can be an opportunity for Tik Tok to be used as an educational medium with creative content. In this qualitative descriptive study, sampling was carried out using consecutive sampling, namely sampling by determining certain criteria to determine the research sample, there were 5 Tik Tok accounts that were used as research samples, namely @tanyadokter, @unicefindonesia, @alodokter, @halodocID and @dijkp in total. 55 videos. This research was studied using the theory of the SMCR communication model by Berlo, namely the process of delivering a message from source to receiver. The results showed that the types of messages uploaded by these accounts were mostly educational message types, namely as much as 29%. The most responses received by the @alodokter account were 144323 from the total likes, comments and shares campaigning for good and correct hand washing. From the results of the analysis of the video content of Tik Tok, it turns out that the use of the caption, hashtag, music / audio and filter effects features is very influential in increasing the number of responses. Using the Tik Tok application provides excellent new benefits, where users are provided with videos that match their preferences and needs accurately because the Tik Tok account that has been researched has collaborated with the World Health Organization and the Indonesian Ministry of Health so that the information provided has been preserved.

Keyword : Tik Tok, COVID-19, Prevention, Social Media

PENDAHULUAN

COVID-19 telah menjadi perhatian seluruh dunia sejak WHO menyatakan secara resmi virus corona COVID-19 sebagai pandemi.¹ Sejak kasus pertama di Wuhan virus ini telah menyebar luas ke berbagai negara. Adanya peningkatan prevalensi kasus virus corona menyebabkan konsumsi media sosial mengalami kenaikan yang signifikan. Banyak pihak tak mau ketinggalan dalam membagikan informasi terkait virus corona melalui kanal media sosial. Derasnya informasi dan perbincangan publik di media sosial itu dibuktikan dengan kata "virus corona" atau "Covid-19" yang kerap menempati kata populer di media sosial.^{2,3}

Media sosial dapat mempengaruhi perilaku individu dan nilai-nilai komunitas yang turut mendukung lingkungan dan individu sehingga diperlukan untuk mempertahankan kebiasaan atas perubahan perilaku untuk sadar kesehatan. Meskipun banyak faktor yang mempengaruhi perilaku yang berhubungan dengan kesehatan, kesadaran akan risiko

untuk membuat perubahan perilaku masyarakat adalah unsur utama untuk meningkatkan kesehatan individu dan status kesehatan masyarakat agar terhindar dari COVID-19.⁴

Di tengah pandemik global virus corona (COVID-19) konsumsi media sosial mengalami kenaikan yang signifikan salah satunya dalam penggunaan aplikasi tiktok.⁵ TikTok telah bermitra dengan sejumlah organisasi internasional dan pihak lokal untuk berbagi informasi kesehatan khususnya mengenai virus corona. Hal tersebut bisa menjadi peluang tiktok dijadikan sebagai media edukasi dengan konten kreatif namun tetap informatif.

Aplikasi TikTok memberikan penggunanya untuk dapat menggunakan beragam special effect, dan juga musik background dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga special effect lainnya yang dapat digunakan secara instan, sehingga dapat membuat video tersebut menarik dan memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan

situasi di video tersebut. Hal ini yang menjadikan tiktok sebagai sarana pemberian informasi yang cepat dan menarik saat ini, dilihat dari jumlah pengguna aktif tiktok sebesar 625 juta (Suswinda, 2019).⁶

Beberapa konten edukasi terkait pencegahan COVID-19 yang di posting melalui aplikasi tiktok meliputi menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat dengan mencuci tangan menggunakan sabun dan air mengalir, meningkatkan daya tahan tubuh, mengonsumsi makanan bergizi seimbang, menggunakan masker atau menutup mulut saat bersin, serta mengunjungi pelayanan kesehatan masyarakat terdekat jika memiliki gejala demam dan sesak napas yang dibuat oleh beberapa kreator TikTok dengan sangat unik. Popularitas tiktok berkemungkinan besar dapat membawa dampak positif, khususnya dalam memberikan konten-konten kesehatan yang kreatif dan informatif

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka perlu dilakukan analisis konten video tiktok dalam pencegahan COVID-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis dengan pengambilan sampel menggunakan *consecutive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria tertentu untuk menentukan sampel penelitian. Ditemukan 5 akun tiktok yang dijadikan sampel penelitian yaitu @tanyadokter, @unicefindonesia, @alodokter, @halodocID dan @dijkp dengan total 55 video.

Penelitian ini dikaji menggunakan teori model komunikasi SMCR oleh Berlo yaitu proses penyampaian pesan (message) dari sumber (source) kepada penerima pesan (receiver). Analisis dilakukan setelah melihat masing-masing pada 55 video tersebut.⁷

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan populasi yang telah ditemukan terdapat 78700 video tiktok berhasil didapatkan dengan kata pencarian "pencegahancovid19". Namun dikarenakan pada penelitian ini berfokus pada akun dan video tiktok yang khusus memberikan informasi dan edukasi seputar COVID-19 secara berkala maka peneliti melakukan pengelompokan video berdasarkan akun yang kebenarannya sudah bisa dipastikan.

Tabel 1. Pengelompokan Akun Tik Tok

Akun	Followers	Total Video	Sampel
@tanyadokter	212500	41	10
@alodokter.id	103400	29	17
@dijkp	35500	6	5
@unicefindonesia	8726	21	14
@halodoc.id	75400	17	9
TOTAL	435526	114	55

Terdapat 5 akun yang diambil sebagai fokus penelitian dalam menganalisis video tiktok mengenai pencegahan covid-19. Akun-akun ini merupakan kanal yang menyajikan informasi dan edukasi seputar covid-19. Pengelompokan video dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam melihat sumber kepemilikan video. Proses pengelompokan video dilakukan secara manual berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan. Dari hasil pengelompokan video ini peneliti dapat melihat akun-akun yang sering mengupdate video mengenai pencegahan covid-19.

Jenis Pesan

Dari hasil penelitian ini, peneliti berhasil menemukan 55 video tiktok yang menjelaskan mengenai pencegahan COVID-19 seperti mencuci tangan, memakai masker, sosial distancing, etika batuk/bersin, etika bersalaman, aktifitas fisik, berita hoax dan pencegahan COVID-19 secara umum. Hal ini pun sejalan dengan arahan *World Health Organization* (WHO) yang merupakan Organisasi Kesehatan di bawah naungan PBB memberikan saran untuk pencegahan penularan virus corona, yakni cuci tangan yang benar menghindari menyentuh mata, hidung dan mulut, melakukan aturan bersin dan batuk yang benar, jika mengalami demam, batuk, dan kesulitan bernapas untuk segera berobat.⁸

Peneliti berhasil menganalisis jenis pesan yang terkandung pada masing-masing video yakni pesan informatif, edukatif, testimoni dan promosi. Salah satu tema video yang paling sering diunggah adalah video kampanye cuci tangan sesuai dengan arahan WHO. Untuk menghentikan penularan virus corona ini, WHO mengkampanyekan gerakan mencuci tangan yang benar kepada masyarakat seluruh dunia lewat beragam media, termasuk lewat aplikasi tiktok. Banyak pula para konten

creator mengikuti arahan WHO untuk ikut menkampanyekan gerakan cuci tangan dengan hashtag #samasabelajar #samasadirumah, namun tetap ada beberapa point yang mendasari video mana yang paling banyak disaksikan, disukai dan dishare oleh pengguna tiktok.

Dari hasil penelitian yang didapatkan sebanyak 29% penonton lebih menyukai video dengan jenis pesan edukatif berupa tema cuci tangan terbukti pada kode video 027 mendapatkan jumlah respon paling banyak dibandingkan dengan video lainnya yakni sebanyak 144323 dari total *like*, komentar dan *share*. Video ini berasal dari akun @alodokter yang dimana video tersebut terdapat empat orang dokter yang melakukan gerakan mencuci tangan yang benar diikuti dengan tulisan yang memberikan informasi tahapannya dan juga diringi dengan lagu yang sedang trend di Tik Tok. Video seperti ini sangat cocok untuk para orang tua yang memiliki anak memberikan contoh berupa video dengan lagu yang mudah dicerna, sehingga anak-anak juga mengerti untuk melakukan cuci tangan yang benar di masa pandemi COVID-19 ini.

Respon Berdasarkan Tema Pencegahan COVID-19

Cuci Tangan

Dari 55 video tiktok terdapat 12 video tiktok mengenai cuci tangan yang diunggah pada halaman akun @tanyakandokter @unicefindonesia @dijkp @hallodocid @alodokter. Dari analisis penelitian video tik tok yang bertemakan cuci tangan lebih banyak menampilkan gerakan cara mencuci tangan yang dipadukan dengan tarian-tarian modern yang menghibur penonton. Namun hal ini justru menambah jumlah penonton yang diunggah pada masing-masing video karena selain memberikan edukasi video ini juga dapat menghibur para penonton. Berikut adalah jumlah repon dari like, komentar dan share yang didapatkan dari beberapa akun yang mengunggah video cuci tangan.

Tabel 2. Respon Cuci Tangan

Respon	Jumlah
Like	1512046
Komentar	1299
Share	549927
TOTAL	2063272

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa total respon yang didapatkan sebanyak 2063272 dari jumlah respon like, komentar dan share.

Pakai Masker

Dari 55 video tiktok terdapat 5 video tiktok mengenai pakai masker yang diunggah pada halaman akun @tanyakandokter @unicefindonesia, @alodokter, @halodocid, @dijkp. Salah satu protokol kesehatan yang tengah dilakukan masyarakat adalah menggunakan masker, namun ternyata rata-rata masyarakat masih memakai masker dengan cara yang salah misalnya tidak menutup hidung, menurunkannya di dagu, bahkan memakai masker medis dengan cara dibalik. Pada video yang diunggah oleh akun-akun tersebut rata-rata memberikan edukasi mengenai cara memakai masker yang benar seperti membersihkan tangan terlebih dahulu sebelum menggunakan masker, dan memastikan bagian hidung dan mulut tertutup masker dengan benar. Video disajikan dalam bentuk gerakan dan dibantu oleh subtitle yang dituliskan guna membantu maksud dari gerakan yang ditampilkan.

Berikut adalah jumlah repon dari like, komentar dan share yang didapatkan dari beberapa akun yang mengunggah video pakai masker

Tabel 3. Respon Pakai Masker

Respon	Jumlah
Like	3818602
Komentar	375
Share	3845
TOTAL	3822822

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa total respon yang didapatkan sebanyak 3822822 dari jumlah respon like, komentar dan share.

Sosial Distancing

Dari 55 video tiktok terdapat 12 video tiktok mengenai *sosial distancing* yang diunggah pada halaman akun @tanyakandokter @unicefindonesia @dijkp @hallodocid @alodokter. Dari analisis video tiktok yang bertemakan *sosial distancing* rata-rata konten video lebih banyak memuat informasi yang diucapkan secara lisan tanpa adanya tarian, namun tokoh yang dicerminkan pada video tersebut rata-rata seorang publik figur dan dokter. Adanya tokoh yang diperankan pada video tersebut membuat masyarakat semakin tertarik untuk melihat video mengenai *sosial distancing*, karena publik figur dan dokter tersebut membagikan pengalamannya selama di rumah aja dan mengajak masyarakat untuk tetap di rumah aja dan melindungi orang-orang yang ada disekitar. Berikut adalah jumlah repon dari like, komentar dan share yang didapatkan dari beberapa akun yang mengunggah video *sosial distancing*

Tabel 3. Respon Sosial Distancing

Respon	Jumlah
Like	320231
Komentar	186
Share	553
TOTAL	320970

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa total respon yang didapatkan sebanyak 320970 dari jumlah respon like, komentar dan share *Sosial Distancing*

Etika Batuk/Bersin

Dari 55 video tiktok terdapat 5 video tiktok mengenai etika batuk/bersin yang diunggah pada halaman akun @tanyakandokter @unicefindonesia, @alodokter, @halodocid, @dijkp. Edukasi mengenai etika batuk/bersin yang diberikan dibuat guna mencegah terjadinya penularan virus corona melalui percikan (droplet). Dari analisis video tiktok rata-rata video yang diunggah berisikan gerakan atau tarian yang diringin dengan musik sehingga hal ini akan membuat masyarakat tertarik untuk melihatnya. Adapun gerakan video yang dilakukan seperti menutup mulut menggunakan siku ketika bersin dan memakai masker. Adapun jumlah respon yang didapatkan dari jumlah like, komentar dan share dari beberapa akun yang mengunggah video etika batuk/bersin sebagai berikut

Tabel 5. Respon Etika Batuk/Bersin

Respon	Jumlah
Like	4047673
Komentar	1121
Share	107620
TOTAL	4156414

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa total respon yang didapatkan sebanyak 4156414 dari jumlah respon like, komentar dan share etika batuk/bersin

Etika Bersalaman

Dari 55 video tiktok terdapat satu video tiktok mengenai pakai masker yang diunggah pada halaman akun @tanyakandokter @unicefindonesia, @alodokter, @halodocid, @dijkp. Dari analisis video yang dilakukan kebanyakan video memperkenalkan cara baru menyapa orang lain yang harus dilakukan guna mencegah penularan virus corona seperti menepuk punggung tangan dan mengangguk kepala satu sama lain ketika sedang bertemu dengan orang lain. Video tiktok yang diunggah ditampilkan dengan konsep menarik dan dipadukan dengan ilustrasi gambar virus sehingga video tersebut tampak menarik untuk dilihat masyarakat. Berikut adalah jumlah

repon dari like, komentar dan share yang didapatkan dari beberapa akun yang mengunggah video etika bersalaman.

Tabel 6. Respon Etika Bersalaman

Respon	Jumlah
Like	1787000
Komentar	381
Share	4193
TOTAL	1791574

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa total respon yang didapatkan sebanyak 1791574 dari jumlah respon like, komentar dan share.

Aktifitas Fisik

Dari 55 video tiktok terdapat 4 video tiktok mengenai aktifitas fisik yang diunggah pada halaman akun @tanyakandokter @unicefindonesia @alodokter @halodocid @dijkp. Dari analisis yang dilakukan video tiktok yang diunggah turut membagikan hal yang tepat dilakukan disaat di rumah aja yaitu dengan melakukan aktifitas fisik seperti berolahraga, bersepeda dan melakukan hal-hal baru selama di rumah aja. Ada juga akun yang turut mengadakan *challenge* guna menantang penonton untuk turut membuat video aktifitas fisik selama di rumah aja. Berikut adalah jumlah respon dari like, komentar dan share yang didapatkan dari beberapa akun yang mengunggah video aktifitas fisik

Tabel 5. Respon Aktifitas Fisik

Respon	Jumlah
Like	1949
Komentar	12
Share	42
TOTAL	2003

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa total respon yang didapatkan sebanyak 2003 dari jumlah respon like, komentar dan share.

Konten Video

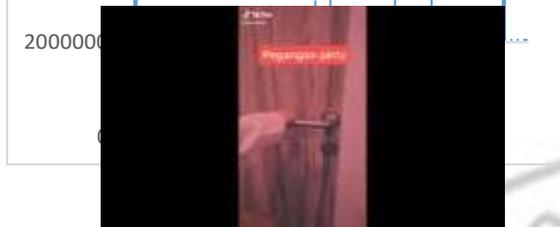
Fitur Caption

Menurut Kontenesia (2018), Caption adalah tulisan singkat yang menerangkan kegiatan gambar dan dituliskan di bawah gambar tersebut.⁹ Berdasarkan hasil penelitian terdapat video tiktok yang menuliskan caption tidak sesuai dengan video yang ditampilkan yaitu video 043. Caption yang dituliskan mengingatkan penonton agar tidak lupa mencuci tangan namun ternyata video yang ditampilkan berupa empat benda rawan penularan virus corona.

Fitur Hashtag

Menurut Kusuma (2019), *Hashtag* adalah tanda yang digunakan untuk menandai kata kunci untuk topik diskusi atau informasi

yang dibagikan agar mudah dicari.¹⁰ berdasarkan hasil penelitian hashtag yang paling sering digunakan pada penelitian ini adalah #samasamadirumah. Adanya penggunaan hashtag pada video tiktok pencegahan COVID-19 mempermudah



branding konten kesehatan guna melawan COVID-19 karena menurut penelitian terdahulu hashtag bisa meningkatkan suatu gerakan yang dapat meningkatkan minat penonton untuk melihat video melalui media sosial

Fitur Musik/Audio

Terdapat 10 genre musik yang peneliti temukan dengan bantuan aplikasi shazam yaitu beat, pop remix, audio, house and dance, k-pop, dj remix, klasik, pop & rock, dangdut remix. Genre musik yang paling sering digunakan adalah beat (11 video).

Berdasarkan hasil penelitian, konten musik mampu menutupi suara bising yang ikut terekam, suara yang terlalu kecil bahkan nyaring hilang, suara putus-putus dan sebagainya seperti yang peneliti temukan pada video 021 terdengar suara yang putus-putus namun tersamarkan oleh musik yang ditambahkan pada video tersebut.

Fitur Filter Efek

Salah satu cara yang dijadikan ciri khas dari aplikasi tiktok ini adalah menggunakan efek filter, penggunaan filter ini merupakan kombinasi dari banyak metode yang berbeda sehingga membuat konten-konten video menjadi lebih menarik. Berdasarkan hasil penelitian sebanyak 53 video menggunakan filter efek pada video yang diunggah. Jenis filter efek yang sering digunakan adalah penambahan 'efek tulisan' yaitu sebanyak 49 video. Penggunaan filter efek tulisan banyak digunakan karna dapat membantu memperjelas maksud dari pesan yang disampaikan pada video yang diunggah

Like, Komentar, Share

Like

Like adalah reaksi positif yang penonton berikan ketika menonton video. Semakin besar jumlah *like* pada video tersebut, maka semakin besar pengaruh yang dapat ditimbulkan terhadap video tersebut.

Sumber: Data Temuan (2020)

Berdasarkan gambar di atas diperoleh informasi bahwa dari 55 video yang dianalisis jumlah *like* yang paling banyak adalah sebesar 3242000 yaitu pada video Tik Tok (Kode: 037)

Sumber : Data Temuan (2020)

Video yang berdurasi 25 detik ini dapat diinterpretasikan sedang mempraktekkan cara menggunakan masker yang benar karna video ini memuat lebih banyak gerakan yang mengarahkan pada penggunaan masker.

Komentar

Komentar adalah ulasan atau tanggapan atas video yang dilihat untuk menerangkan atau menjelaskan apa yang dirasakan setelah selesai melihat video tersebut. berdasarkan hasil penelitian komentar yang paling banyak adalah sebesar 3280 yaitu pada video TikTok (Kode 001)



Sumber: Data Temuan (2020)

Dalam video ini isi pesan disampaikan langsung oleh seorang tenaga kesehatan bernama dr. Jeffry dari akun Tik Tok @tanyakandokter. Beliau menjelaskan mengenai waspada terhadap virus corona.

Dalam sebuah komentar terdapat tanggapan yang positif dan negatif yang diberikan namun peneliti tidak membahas secara rinci mengenai positif atau negatifnya melainkan jumlah komentar secara keseluruhan.

Share

Share adalah kegiatan berbagi atau saling bertukar sesuatu. Berdasarkan hasil penelitian jumlah share yang paling banyak adalah sebesar 1952000 yaitu pada video Tik Tok (Kode: 043).

Sumber: Data Temuan (2020)



Upaya yang bisa dilakukan untuk menghindari dari adanya virus corona salah satunya adalah mencuci tangan menggunakan sabun atau yang sering kita dengan dengan istilah CTPS (Cuci Tangan Pakai Sabun). Dapat diinterpretasikan video ini sedang memperlihatkan benda-benda yang rawan akan penularan virus dan cara pencegahannya.

Dengan fitur *share* video tersebut dapat menjangkau target ke semua penonton dan memiliki penyebaran informasi yang luas.

Kelebihan dan Kekurangan TikTok sebagai Media Edukasi Pencegahan COVID-19

Kelebihan

- TikTok menarik perhatian masyarakat dan memiliki banyak fitur yang dapat diimplementasikan untuk mengekspresikan pesan yang disampaikan
- Ekuivalen dengan perkembangan kematangan dan pengalaman dari aplikasi TikTo serta karakteristik masyarakat di era sekarang yang merupakan generasi milenial yang lekat dan dekat dengan dunia digital khususnya gawai
- Karena koneksi sangat penting untuk dibangun ditengah masa pandemi seperti ini dan tiktok menjadi salah satu cara utama untuk menjangkau banyak orang
- TikTok bisa digunakan dengan benar dalam pemanfaatan penyebaran informasi namun bersifat santai dan menghibur
- TikTok memiliki potensi yang luar biasa yang melampaui pengikut dari aplikasi-aplikasi lainnya

Kekurangan

- Rata-rata video yang diunggah cenderung menampilkan gerakan sehingga edukasi masih kurang tersampaikan
- Beberapa orang masih menganggap bahwa tiktok hanya dibuat sebagai hiburan saja
- Mengunggah informasi kesehatan lewat media sosial yang cenderung berdurasi pendek, musikal dan lucu masih menjadi tantangan lembaga kesehatan untuk mengedukasi masyarakat

KESIMPULAN

1. Jenis pesan yang diunggah oleh @tanayakandokter @unicefindonesia @alodokter @halodocid @dijkp sebagian besar mengunggah video berjenis pesan

edukatif yaitu sebanyak 29%.

2. Konten video yang diunggah sebagian besar berpengaruh dalam meningkatkan jumlah respon *like*, komentar dan *share* pada akun-akun tersebut. Sebagian besar 50 video Tik Tok menuliskan caption dan rata-rata caption yang dituliskan memiliki hubungan dengan apa yang ditampilkan video-video tersebut. Untuk konten *hashtag* sebanyak 51 video menambahkan *hashtag* pada video yang ditampilkan meskipun tidak semua *hashtag* berhubungan dengan maksud video-video TikTok tersebut namun mencantumkan *hashtag* sudah memberikan pengaruh besar untuk meningkat jumlah respon penonton. Untuk konten musik/audio 55 video yang diteliti menambahkan musik/audio pada video yang ditampilkan ini membuktikan bahwa konten ini sangat berpengaruh dalam memberikan efek menarik pada video yang ditonton. Untuk konten filter efek sebanyak 53 video menambahkan filer efek pada video yang ditampilkan, rata-rata filter efek yang digunakan berupa *fast motion* dan, menampilkan tulisan pada layar video.
3. Respon yang paling banyak didapatkan adalah oleh akun @alodokter sebanyak 144323 dari total *like*, komentar dan *share* yang berisikan pesan edukatif.
4. Sumber Informasi yang disampaikan rata-rata berasal dari Kemenkes RI dan WHO. Untuk pemeran dalam video rata-rata pesan disampaikan oleh seorang tenaga kesehatan yaitu dokter jadi penonton tidak perlu khawatir dengan kredibel informasi yang didapatkan oleh akun-akun @tanayakandokter @unicefindonesia @alodokter @halodocid @dijkp

SARAN

1. Bagi Kemenkes & WHO

Memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media promotif dengan cara membuat konten-konten yang ringan namun tetap mengedukasi agar cara pencegahan COVID-19 dapat tersampaikan ke masyarakat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini diperlukan kepandaian dan ketelitian dalam menganalisis setiap videonya. Selain itu, peneliti lain perlu memfokuskan beberapa sampel (video) agar konten dan isi pesan dapat diketahui lebih dalam lagi.

3. Bagi Konten Creator

Dari 55 video yang diteliti penggunaan konten komentar jauh lebih kecil dari jumlah suka dan repost video. Hal ini kemungkinan para creator tidak memberikan sesuatu untuk bisa diperbincangkan lewat kolom komentar dan juga karena sosial media di Indonesia oleh masyarakat Indonesia identik dengan hiburan semata, bukan merupakan tempat untuk membahas permasalahan kesehatan secara serius.

4. Bagi Masyarakat

Dengan Penggunaan Tik Tok yang merupakan budaya populer saat ini di Indonesia, bisa menjadi media edukasi yang cukup ideal dalam mengkampanyekan gerakan mencuci tangan yang benar untuk memutus penularan virus COVID-19, karena budaya populer yang tidak memandang strata sosial lebih mudah untuk menjangkau masyarakat luas,

5. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi sebagai tambahan informasi mengenai gambaran konten video tiktok dalam pencegahan covid-19 serta turut mengembangkan potensi yang ada dalam ilmu-ilmu yang sudah didapat di masa perkuliahan

2017;2(1):154–7. Available from: sagepub.com/journalsPermissions.nav

5. Suara.com (2020, Maret 07). Video TikTok Kemensos Cegah Virus Corona. Suara.com. Diunduh dari <https://www.suara.com/news/2020/03/07/063500/video-tiktok-kemensos-cegah-virus-corona-dan-4-berita-viral-lain>
6. Yulisutoman, Suswinda.(2019). Hubungan Pengetahuan Siswa Tentang Dampak Rokok Terhadap Kesehatan Dengan Perilaku Merokok di SMA SATAP 4 Gunung Sari Lombok Barat. LPPM STIKES Muhammadiyah Kendal.
7. Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston, New York
8. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200316190412-37-145321/cara-mencegah-virus-corona-versi-situs-who>
9. Kontesia.2018.*Apa Itu Caption Instagram*. [Online} Tersedia dalam: <https://kontesia.com/apa-itu-caption-instagram/>
10. Kusuma, Yuliandi. (2009). *Pintar Twitter: Blogging Mudah di Mana Saja, Tip Berbisnis via Twitter, Tip & Trik Gampang Kelola Twitter*. Jakarta: Grasindo.
11. Kabadayi, S., & Price, K. (2014). Consumer-brand engagement on Facebook: liking and commenting behaviors. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(3), 203- 223.

DAFTAR PUSTAKA

1. WHO Coronavirus (COVID-19) events as they happen [Internet]. Who. 2020. Available from: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen>
2. World Health Organization. Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it [Internet]. Geneva: World Health Organization; 2020 [cited 2020 March 29]. Available from: [https://www.who.int/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirusdisease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirusdisease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)
3. NIH, New coronavirus stable for hours on surfaces SARS-CoV-2 stability similar to original SARS, 2020, diakses dari <https://www.sciencedaily.com/releases/2020/03/200317150116.htm> pada 20 Maret 2020
4. Basch CH, Menafro A, Mongiovi J, Hillyer GC, Basch CE. A Content Analysis of YouTubeTM Videos Related to Prostate Cancer. *Am J Men's Heal* [Internet].

