

## **PERSEPSI PENGGUNA TIKTOK TERHADAP PERAN AKADEMISI DAN PRAKTIKI DALAM MEMBUAT KONTEN EDUKASI KESEHATAN**

Edi Sutarmanto<sup>1</sup>, Irfan Ahsani<sup>2</sup>, Dwi Ulfa Safitri<sup>3</sup>, Meira Dera Sinta<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup>STIKES Ar-Rum, Prodi S1 Farmasi Salatiga

<sup>2</sup>STIKES Rajaweksi Bojonegoro, Prodi S1 Farmasi Bojonegoro

email: [edi.sutarmanto27@gmail.com](mailto:edi.sutarmanto27@gmail.com)

### **Abstrak**

Peningkatan penggunaan media sosial TikTok di Indonesia diiringi dengan tantangan maraknya disinformasi dan berita hoax kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengguna TikTok terhadap peran akademisi dan praktisi dalam pembuatan konten edukasi kesehatan yang kredibel. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kuantitatif dengan metode survei terhadap 241 responden pengguna aktif TikTok yang dipilih melalui purposive sampling. Selain penyebaran kuesioner yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, penelitian ini juga mengimplementasikan pendekatan studi aksi melalui pembuatan akun percontohan TikTok (@healthy\_is\_easy). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna menganggap konten edukasi kesehatan di TikTok sangat penting (98,8%) dan memerlukan referensi yang terpercaya untuk meminimalisir hoax (98,3%). Sebanyak 89,2% responden memperhatikan kredibilitas pembuat konten, serta 88,4% menyetujui bahwa kreator konten kesehatan harus memiliki latar belakang keahlian dan profesi yang sesuai. Implementasi akun percontohan terbukti efektif meraih respon positif dengan total 74.582 tayangan dalam waktu kurang dari dua minggu. Dapat disimpulkan bahwa sinergi antara akademisi sebagai penyedia berbasis bukti (evidence-based) dan praktisi sebagai pengemas konten kreatif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan literasi kesehatan publik serta menciptakan ekosistem informasi digital yang terpercaya.

**Kata kunci:** Hoax, edukasi kesehatan, tiktok, akademisi, praktisi

## TIKTOK USERS' PERCEPTION OF THE ROLE OF ACADEMICS AND PRACTITIONERS IN CREATING HEALTH EDUCATION CONTENT

### Abstract

The surge in TikTok usage in Indonesia has been accompanied by the critical challenge of health misinformation and hoaxes. This study aims to analyze TikTok users' perceptions regarding the roles of academics and practitioners in creating credible health education content. A descriptive quantitative research design was employed, utilizing an online survey distributed to 241 active TikTok users selected through purposive sampling. In addition to the questionnaire—which was verified for validity and reliability—an action study approach was integrated by launching a model TikTok account (@healthy\_is\_easy). The results revealed that an overwhelming majority of users consider health education content on TikTok essential (98.8%) and emphasize the need for clear, reliable references to counter hoaxes (98.3%). Furthermore, 89.2% of respondents evaluate the creator's credibility, and 88.4% agree that health content creators should possess relevant academic and professional qualifications. The pilot account successfully gathered 74,582 views in less than two weeks, demonstrating high public engagement with credible content. This study concludes that the synergy between academics (providing evidence-based foundations) and practitioners (delivering engaging content) is a strategic necessity to enhance public health literacy and combat health hoaxes on social media.

**Keywords:** Hoax, health education, tiktok, academics, practitioners

### Pendahuluan

Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling dominan. Platform seperti TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga memiliki potensi besar untuk menyebarkan informasi edukatif, termasuk dalam bidang. Menurut riset Aplikasi Sensor Tower, aplikasi yang paling banyak diunduh dimenangkan oleh platform TikTok sebagai aplikasi terlaris dengan total unduhan lebih dari 63,3 juta di perangkat IOS maupun Android.<sup>1</sup> Namun, dengan kemudahan akses informasi, risiko penyebaran hoax atau informasi yang salah semakin meningkat. Oleh karena itu, peran akademisi dan praktisi dalam pembuatan konten edukasi kesehatan di TikTok menjadi sangat penting.

Informasi palsu adalah komponen konflik, di mana masing-masing pihak mengklaim bahwa informasi yang diberikan oleh orang yang mereka kenal adalah informasi yang benar, dan sebaliknya, informasi yang diberikan oleh orang yang tidak mereka kenal adalah berita palsu.<sup>2</sup> Hoax adalah upaya untuk memutarbalikkan fakta dengan menggunakan informasi yang seolah-olah benar tetapi tidak memiliki

sumber yang jelas dengan baik.

Akademisi, sebagai sumber pengetahuan dan penelitian yang terpercaya, memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan berbasis bukti. Di sisi lain, praktisi kesehatan yang memiliki pengalaman lapangan dapat memberikan perspektif yang lebih aplikatif dan relevan terhadap isu kesehatan terkini. Kolaborasi antara akademisi dan praktisi dalam menciptakan konten dapat menghasilkan informasi yang lebih kredibel dan bermanfaat bagi masyarakat.

Konten edukasi kesehatan di TikTok berpotensi menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di platform tersebut. Oleh karena itu, penting bagi akademisi dan praktisi untuk berperan aktif dalam menciptakan konten yang berkualitas dan menyajikannya secara efektif. Melalui artikel ini, penulis akan membahas lebih dalam mengenai peranan akademisi dan praktisi dalam pembuatan konten edukasi kesehatan di TikTok dan memberikan contoh konten yang baik dan memiliki sumber yang kredibel. Diharapkan, dalam kegiatan ini dapat mengedukasi masyarakat, dan dapat juga berkontribusi dalam mencegah penyebaran

berita hoax seputar dunia kesehatan yang beredar di media sosial. Dengan demikian, kita dapat menciptakan lingkungan informasi yang lebih sehat dan bertanggung jawab. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana edukasi. Indrawan & Azeharie tahun 2022, mengamati bagaimana konten edukasi kesehatan yang dibawakan oleh dokter praktisi mampu menarik minat audiens muda,<sup>3</sup> sejalan dengan temuan Manurung & Rozi tahun 2024 mengenai efektivitas TikTok dalam penyampaian konten edukatif.<sup>4</sup> Di sisi lain, fenomena tingginya adopsi TikTok di Indonesia diimbangi dengan rentannya penyebaran hoaks dan disinformasi kesehatan, sehingga peran komunikator terpercaya menjadi sangat krusial.<sup>1,5</sup>

Meskipun demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang signifikan. Sebagian besar studi terdahulu berfokus pada evaluasi tunggal terhadap satu figur/akun atau media sosial konvensional berbasis teks/gambar.<sup>6,7</sup> Masih terbatas penelitian yang secara eksplisit membandingkan persepsi pengguna terhadap dua entitas penyampai pesan yang berbeda, yaitu akademisi (berbasis teori dan riset) dan praktisi (berbasis pengalaman klinis/lapangan) dalam mengemas edukasi kesehatan di platform video pendek TikTok. Selain itu, belum banyak diuji bagaimana persepsi perbedaan latar belakang latar profesi tersebut memengaruhi tingkat kepercayaan dan penerimaan informasi kesehatan oleh masyarakat pengguna TikTok. Kesenjangan inilah yang menjadi landasan utama digelarnya penelitian ini.

## Metode

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif deskriptif berbasis survei yang dikombinasikan dengan pendekatan studi aksi melalui pembuatan akun percontohan TikTok (@healthy\_is\_easy). Populasi penelitian merupakan pengguna aktif TikTok yang dibatasi melalui purposive sampling berdasarkan kriteria inklusi: berusia minimal 15 tahun, pernah berinteraksi dengan konten edukasi kesehatan di TikTok, dan bersedia mengisi

kuesioner. Pengumpulan data dilaksanakan pada 20–29 September 2024 melalui kuesioner terstruktur berbantuan Google Forms yang didistribusikan secara online via jejaring sosial, serta didukung observasi performa akun percontohan selama dua pekan. Sebanyak 241 responden yang memenuhi syarat berpartisipasi dalam survei ini, dengan dominasi karakteristik responden berada pada kelompok usia produktif dan pengguna aktif harian media sosial. Sebelum di gunakan kuesioner di uji validitas dengan hasil Seluruh butir pertanyaan memiliki nilai  $T$  hitung  $> 0,361$  dengan nilai signifikansi  $p < 0,001$  sehingga seluruh item kuesioner dinyatakan valid serti di uji reabilitas dengan hasil nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0,854 ( $> 0,6$ ), sehingga instrumen dinyatakan sangat reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian. Kuesioner di sebarakan ke media sosial seperti tiktok, IG dan grup-grup WA. Hasil data kuantitatif dari kuesioner kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk menghitung distribusi frekuensi dan persentase pada setiap indikator persepsi, sedangkan efektivitas konten percontohan diukur berdasarkan metrik keterlibatan (engagement metrics) platform TikTok.

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden**

| Karakteristik       | Kategori            | (n)        | (%)         |
|---------------------|---------------------|------------|-------------|
| Jenis Kelamin       | Perempuan           | 164        | 68.05%      |
|                     | Laki-laki           | 77         | 31.95%      |
| Usia                | 15 – 17 tahun       | 36         | 14.94%      |
|                     | 18 – 24 tahun       | 150        | 62.24%      |
|                     | 25 – 34 tahun       | 43         | 17.84%      |
|                     | > 34 tahun          | 12         | 4.98%       |
| Pendidikan Terakhir | SMA / SMK Sederajat | 108        | 44.81%      |
|                     | Diploma (D3 /D4)    | 29         | 12.03%      |
|                     | Sarjana (S1)        | 94         | 39.00%      |
|                     | Pascasarjana        | 10         | 4.15%       |
| Pekerjaan           | Mahasiswa / Pelajar | 140        | 58.09%      |
|                     | Swasta              | 43         | 17.84%      |
|                     | Lainnya             | 27         | 11.20%      |
|                     | Nakes               | 19         | 7.88%       |
|                     | PNS                 | 12         | 4.98%       |
| <b>Total</b>        |                     | <b>241</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan hasil pengumpulan data

terhadap 241 responden pengguna TikTok, analisis demografi memberikan gambaran komprehensif mengenai profil khalayak yang mengonsumsi serta menilai konten edukasi kesehatan di media sosial. Ditinjau dari jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebesar 68,05% (164 orang). Temuan ini sejalan dengan penelitian Rowle tahun 2017 yang mengemukakan bahwa perempuan cenderung lebih aktif, proaktif, dan kritis dalam mencari informasi kesehatan (health information-seeking behavior) di media sosial sebanyak 61,1% di bandingkan laki-laki 38,9%, sekaligus berperan penting sebagai pengambil keputusan kesehatan di lingkungan keluarga.<sup>8</sup>

Dari aspek usia, populasi responden didominasi oleh kelompok Generasi Z (15–24 tahun) sebesar 77,18% (186 orang). Hal ini mengonfirmasi temuan We Are Social & Meltwater tahun 2024 mengenai dominasi pengguna muda pada platform TikTok di Indonesia.<sup>9</sup> Sebagai digital natives, kelompok muda ini sangat menyukai format video pendek yang visual dan dinamis,<sup>10</sup> namun di sisi lain mereka juga menjadi kelompok yang paling rentan terhadap paparan disinformasi kesehatan akibat tingginya frekuensi penggunaan media sosial harian tanpa verifikasi sumber yang memadai.<sup>11</sup>

Sementara itu, dari segi pendidikan dan pekerjaan, mayoritas responden berpendidikan SMA/SM (83,82%) dan berstatus sebagai mahasiswa/pelajar (58,09%). Tingginya proporsi audiens yang terpelajar ini mendorong mereka untuk lebih kritis dalam mengevaluasi kredibilitas komunikator kesehatan,<sup>12</sup> yang terbukti dari hasil kuesioner di mana 89,2% responden memperhatikan kredibilitas pembuat konten. Keterlibatan responden dari kalangan tenaga kesehatan (7,88%) juga mempertegas pentingnya peran akademisi dan praktisi medis untuk hadir di media sosial guna menyediakan rujukan berbasis bukti (evidence-based information) demi membendung maraknya hoaks kesehatan.<sup>13</sup>

Dalam era digital yang berkembang pesat, media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi salah satu platform utama untuk berbagi informasi. Namun,

keberadaan konten hoax yang berpotensi menyesatkan masyarakat sangatlah mengkhawatirkan. Oleh karena itu, peranan akademis dan praktisi dalam pembuatan konten edukasi kesehatan di TikTok sangatlah krusial untuk mencegah penyebaran informasi yang tidak akurat.

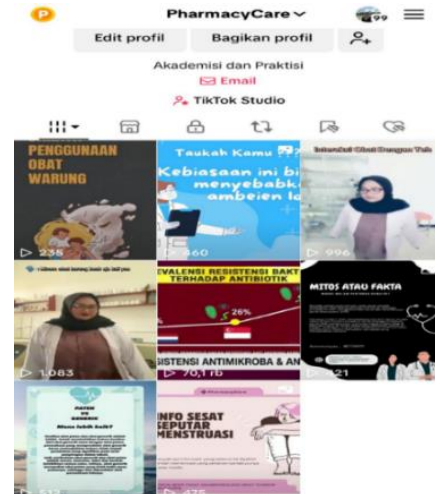
Para akademis, seperti pengajar di bidang kesehatan, mahasiswa kesehatan dan peneliti, memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang berbasis pada bukti ilmiah. Mereka dapat memberikan materi edukatif yang informatif dan akurat, yang disesuaikan dengan format yang menarik dan mudah dipahami oleh pengguna TikTok yang umumnya adalah generasi muda. Melalui pendekatan yang kreatif, mereka tidak hanya memberikan pengetahuan yang benar tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya.

Di sisi lain praktisi merupakan mereka yang bekerja langsung di bidang kesehatan. Para influencer dan konten kreator berperan sebagai pembuat konten sebaiknya mereka yang memiliki ilmu di bidang tersebut. Dengan pemahaman yang mendalam tentang dinamika platform TikTok, mereka mampu menyajikan konten yang relevan dan menarik, sehingga informasi kesehatan yang disampaikan dapat menjangkau lebih banyak orang. Dalam pembuatan penelitian ini peneliti berkolaborasi antara akademis dan praktisi dalam pembuatan konten yang akan meningkatkan kredibilitas informasi dan membantu mendorong perilaku positif di kalangan pengguna.

Secara keseluruhan, kolaborasi antara akademis dan praktisi dalam pembuatan konten edukasi kesehatan di TikTok adalah suatu langkah strategis untuk mengatasi masalah konten hoax. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial secara bertanggung jawab, diharapkan masyarakat dapat memperoleh informasi yang akurat dan bermanfaat untuk kesehatan mereka serta masyarakat dapat membedakan antara konten hoax dan konten yang terpercaya dari sumber yang kredibel. Upaya ini tidak hanya akan memperkuat kepercayaan publik terhadap informasi kesehatan, tetapi

juga membangun masyarakat yang lebih melek informasi di era digital saat ini.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk membuat akun tiktok yang memiliki konten yang relevan, menarik serta kredibel yang bisa dijadikan sumber informasi kesehatan di plaform tiktok. Adapun akun yang telah di buat peneliti dengan username: @healthy\_is\_easy ([https://www.tiktok.com/@healthy\\_is\\_easy?t=8q9CPbjIp5m&r=1](https://www.tiktok.com/@healthy_is_easy?t=8q9CPbjIp5m&r=1)) dibuat pada tanggal 20 September 2024. Akun TikTok PharmacyCare merupakan media edukasi kesehatan dan farmasi yang dikelola oleh akademisi dan praktisi, berfokus membagikan informasi tepercaya seputar penggunaan obat yang aman, perbandingan obat paten versus generik, interaksi obat dengan makanan atau minuman, meluruskan mitos kesehatan, hingga edukasi isu medis penting seperti resistensi antibiotik. Berdasarkan data tayangan terbaru pada 8 video yang ditampilkan di profil, seluruh konten tersebut telah mengumpulkan total akumulasi 74.582 tayangan. Distribusi tayangan pada masing-masing video mencakup Penggunaan Obat Warung (235 tayangan), Kebiasaan Menyebabkan Ambeien (460 tayangan), Info Sesat Seputar Menstruasi (475 tayangan), Paten VS Generik Mana Lebih Baik? (512 tayangan), Mitos atau Fakta Mandi Malam Menyebabkan Rematik (421 tayangan), Interaksi Obat Dengan Teh (996 tayangan), serta Minum Obat Bareng Buah (1.083 tayangan). Video mengenai Prevalensi Resistensi Bakteri Terhadap Antibiotik / Resistensi Antimikroba tetap menjadi konten dengan jumlah penonton tertinggi, yaitu mencapai 70.100 (70,1 rb) tayangan. Pengguna platform tiktok sangat antusias dan memberikan respon dapat dilihat dari salah satu konten yang mencapai 100 ribu viewers, 1000-an akun yang menambahkan video ke fitur favorit, dan beberapa akun memposting ulang konten tersebut, serta like dan komentar positif. Akun tiktok yang di buat kurang dari 2 minggu telah mencapai jumlah total tayang yang begitu masif, membuktikan bahwa akadmi dan praktisi sebetulnya memiliki potensi untuk membuat akun edukatif yang relevan, menarik serta kredibel.



**Gambar 1. Akun Tiktok yang dibuat**

Disamping membuat akun tiktok, peneliti juga membuat kusioner yang dapat menggambarkan pentingnya pemilihan konten secara benar dan bijak untuk meminimalisir berita hoax seputar kesehatan. Dalam kuesioner tersebut terdapat 4 pertanyaan singkat yang penting dalam pemilihan konten di platform tiktok. Berikut ini hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada lingkungan sekitar dan masyarakat terkhususnya pengguna Tiktok yang memperoleh 241 responden, yang telah mengisi kuesioner yang disebarkan selama 3 hari.

**Tabel 2. Hasil kuesioner pentingnya pemilihan konten secara benar dan bijak untuk meminimalisir berita hoax seputar kesehatan**

| No | Pertanyaan                                                                                    | Opsi Jawaban |             | Persentase (%) |       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|----------------|-------|
|    |                                                                                               | Ya           | Tidak       | Ya             | Tidak |
| 1. | Menurut anda, apakah perlu konten mengenai edukasi seputar kesehatan di platform tiktok?      | Ya, perlu    | Tidak Perlu | 98,8%          | 0,2%  |
| 2. | Menurut anda, apakah perlu referensi yang jelas dan terpercaya sebagai landasan untuk membuat | Ya, perlu    | Tidak Perlu | 98,3%          | 0,7%  |

|    | konten di platform tiktok?                                                                                                   |           |             |       |       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|-------|-------|
| 3. | Apakah anda memperhatikan kredibilitas pembuat konten seputar kesehatan di platform tiktok?                                  | Ya        | Tidak       | 89,2% | 10,8% |
| 4. | Menurut anda, apakah perlu pembuat konten kesehatan di platform tiktok harus memiliki ilmu dan pekerjaan di bidang tersebut? | Ya, perlu | Tidak Perlu | 88,4% | 11,6% |

(Data Primer, 2024)

Berdasarkan dari tabel diatas mengenai persepsi pengguna tiktok terhadap konten edukasi kesehatan menunjukkan 98,8% responden setuju bahwa konten edukasi kesehatan di Tiktok itu penting. 98,3% responden menyatakan perlunya referensi yang jelas dan terpercaya sebagai landasan dalam pembuatan konten edukasi kesehatan untuk meminimalisir berita hoax. Bahkan 89,2% responden menyatakan pentingnya memperhatikan kredibilitas pembuat konten seputar kesehatan. Dan 88,4% responden juga menyatakan bahwa pembuat konten kesehatan harus memiliki ilmu dan pekerjaan yang sesuai di bidang kesehatan. Hasil kuesioner diatas menunjukkan bahwa masyarakat sangat membutuhkan media informasi yang kredibel terkait konten kesehatan yang dapat diakses melalui media sosial tiktok yang menarik dan informatif.

Media sosial memiliki banyak manfaat bagi penggunanya, seperti memungkinkan interaksi sosial, hiburan, informasi terkini, dan dukungan pendidikan dan kesehatan. Akibatnya, mereka telah menjadi bagian penting dari masyarakat. TikTok adalah platform jejaring sosial yang menampilkan musik dalam video pendek. Ini, yang awalnya disebut "Douyin," memungkinkan pengguna membuat dan menyebarkan materi yang menawan, menyenangkan, dan bahkan berpendidikan. Kemampuan ini sering digunakan oleh pengguna untuk menelusuri berbagai konten yang dipilih. Berdasarkan jenisnya, konten TikTok dapat dimasukkan ke dalam banyak kategori,

seperti video sketsa, tutorial, edukasi kesehatan, topik yang sedang populer, konten instruksional, dan konten sehari-hari. Banyaknya katogori jenis konten di platform tiktok seringkali terdapat konten creator secara sengaja ataupun tidak sengaja membuat konten di luar bidangnya/keahliannya yang membuat konten tersebut berisi berita hoax yang tidak dapat di pertanggungjawabkan.

Berita bohong atau berita palsu dapat mempengaruhi pandangan masyarakat tentang hal-hal yang diberitakan. Seseorang hanya akan merasa tertarik pada suatu konten dalam tiga hingga delapan detik pertama. Artinya, konten dianggap gagal jika tidak menarik perhatian penonton pada lirikan pertama. Tiga komponen utama yang dianggap menarik perhatian adalah gambar, judul, dan kalimat. Informasi atau fakta, statistik, studi kasus, kondisi ideal, dan alasan mengapa penonton ingin melihat konten yang ditampilkan adalah beberapa elemen yang harus dioptimalkan untuk menarik perhatian penonton. Dari semua uraian diatas peneliti membuat konten tiktok sebagai sumber informasi kesehatan yang relevan, menarik dan kredibel bagi masyarakat yang dapat dicontoh oleh konten creator lain, agar konten yang di buat terhindar dari konten hoax. Peneliti berharap artikel ini bisa mengedukasi masyarakat dalam memilih konten yang baik khususnya konten kesehatan agar masyarakat terhindar dari konten hoax, peneliti juga mengharapkan agar pembuatan konten kesehatan lebih mengedepankan sumber yang dapat di percaya dan kredibel.

### Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengguna TikTok sangat membutuhkan konten edukasi kesehatan yang kredibel untuk menangkal maraknya berita bohong (hoax). Mayoritas responden (98,8%) menganggap konten edukasi kesehatan di TikTok penting, dengan 98,3% menekankan perlunya referensi yang terpercaya. Selain itu, tingkat kepercayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh latar belakang pembuat konten, di mana mayoritas responden memperhatikan kredibilitas (89,2%) dan keahlian/profesi kreator di bidang kesehatan

(88,4%). Kolaborasi antara akademisi (sebagai penyedia landasan ilmiah berbasis bukti) dan praktisi (sebagai pengemas konten yang menarik dan relevan) terbukti efektif, sebagaimana ditunjukkan oleh kesuksesan akun percontohan @healthy\_is\_easy yang meraih puluhan ribu tayangan dalam waktu singkat. Sinergi ini menjadi langkah strategis untuk meningkatkan literasi kesehatan publik di era digital.

### Daftar Pustaka

1. Pertiwi. Indonesia sumbang angka unduhan TikTok terbanyak di dunia. Kompas Tekno[cite: 1]. 2020 [diunduh pada 11 November 2020]. Tersedia dari: <https://tekno.kompas.com>.
2. Gumilar, G. Literasi media: cerdas menggunakan media sosial dalam menanggulangi berita palsu (hoax) oleh siswa SMA. *Indonesian Journal of Community Engagement*. 2017;1.
3. Indrawan, S., & Azeharie, S. Studi komparasi konten tiktok dokter tentang kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter@ tirtacipeng dan@ farhanzubedi). *Prologia*. 2022;6(2):369-376.
4. Manurung, L. D. R., & Rozi, F. Penggunaan Konten Tiktok Akun@ Gilanknugroho dalam Edukasi Tugas Akhir Mahasiswa. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*. 2024;10(1):183-192.
5. Yuliana, A., & Pebiansyah, A. Analisis berita hoax vaksin COVID-19: Literature Review. In *Prosiding Seminar Nasional Diseminasi*. 2022.
6. Gumilar, Gumgum, dkk. Cerdas menggunakan media sosial dalam menanggulangi berita palsu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2017;1(1):23-25.
7. Hamzah, R. E., & Putri, C. E. Mengenal dan mengantisipasi hoax di media sosial pada kalangan pelajar. *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 2020;3(01):9-12.
8. Rowley, J., Johnson, F. and Sbaffi, L. Gender as an influencer of online health information-seeking and evaluation behavior. *J Assn Inf Sci Tec*. 2017;68:36-47.  
<https://doi.org/10.1002/asi.23597>.
9. We Are Social & Meltwater. *Digital 2024: essential overview of the global state of digital*. Data Reportal.2024.
10. Kaye, D. B. V., Zeng, J., & Chen, X. The co-evolution of official media and user creators on Douyin/TikTok. *Mobile Media & Communication*. 2021;9(1):129–153.  
<https://doi.org/10.1177/2050157920952120>.
11. Syukri, S., Syarif, A., & Fitriani, H. Pengaruh pesan hoax di media sosial terhadap sikap mahasiswa:(studi kasus pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2023;6(2):140-152.
12. Austin EW, Austin BW, Willoughby JF, Amram O, Domgaard S. How media literacy and science media literacy predicted the adoption of protective

behaviors amidst the COVID-19 pandemic. *J Health Commun*. 2021;3;26(4):239-252. doi: 10.1080/10810730.2021.1899345. Epub 2021 Apr 30. PMID: 33928871.

13. Ventola, C. L. Social media and health care professionals: Benefits, risks, and best practices. *Pharmacy and Therapeutics*. 2014;39(7):491–500.