
**PERAN KOMUNIKASI KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN
PERILAKU KESEHATAN AUDIENCE KONTEN TIKTOK DR.
FARHAN ZUBEDI**

Saidatul Fitriya¹, Farida Nurul Rahmawati²
saidatulfitriya04@gmail.com¹, farida.nr@trunojoyo.ac.id²
Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRAK

Penelitian ini membahas efektivitas media baru dalam komunikasi kesehatan dengan menyoroti konten edukatif yang disebarluaskan melalui TikTok oleh dokter Indonesia, Dr. Farhan Zubedi. Melalui pendekatan yang kreatif dan mudah dipahami, Dr. Zubedi mengangkat isu-isu kesehatan umum seperti GERD, dengan penekanan pada perilaku preventif dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu videonya tentang risiko berbaring setelah makan memperoleh lebih dari 12 juta penayangan dan memicu keterlibatan audiens yang signifikan. Artikel ini menganalisis konten tersebut menggunakan teori komunikasi digital, budaya partisipatif, Theory of Planned Behavior, teori agenda setting, dan teori audiens aktif. Hasil analisis menunjukkan bahwa platform media baru memungkinkan tenaga kesehatan menyampaikan pesan preventif yang berdampak, mendorong interaksi audiens, serta memengaruhi perilaku kesehatan masyarakat secara positif. Analisis ini menegaskan bahwa media baru merupakan alat yang efektif dalam edukasi kesehatan publik dan strategi perubahan perilaku.

Kata Kunci: Komunikasi Kesehatan, Media Baru, Dr. Farhan Zubedi, Perilaku Preventif, Audiens.

ABSTRACT

This study explores the effectiveness of new media in health communication, focusing on educational content disseminated via TikTok by Indonesian physician Dr. Farhan Zubedi. Utilizing a creative and accessible approach, Dr. Zubedi addresses common health issues such as GERD, emphasizing preventive behavior in everyday contexts. His video on the risks of lying down after meals garnered over 12 million views and prompted significant audience engagement. This article analyzes the content using digital communication theory, participatory culture, the Theory of Planned Behavior, agenda-setting theory, and active audience theory. Findings indicate that new media platforms enable health professionals to deliver impactful, preventive health messages, foster audience interaction, and influence positive health behaviors. The study highlights new media as a powerful tool in public health education and behavior change strategies.

Keywords: Health Communication, New Media, Dr. Farhan Zubedi, Preventive Behavior, Audience.

PENDAHULUAN

Komunikasi kesehatan merupakan elemen penting dalam upaya promosi dan pencegahan penyakit di masyarakat. Menurut (Notoatmodjo, 2007), komunikasi kesehatan adalah bagian dari komunikasi antar manusia yang bertujuan untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat (Notoatmodjo, 2007). Seiring dengan perkembangan teknologi digital, komunikasi kesehatan telah berevolusi, tidak hanya menggunakan metode interpersonal dan massa, tetapi juga mengintegrasikan berbagai prinsip komunikasi lainnya, termasuk komunikasi organisasi, kelompok, dan terutama komunikasi berbasis media digital atau new media. Dalam bukunya “Media Technology and Society” Winston menekankan bahwa teknologi komunikasi digital mengubah cara manusia berkomunikasi, terutama karena memungkinkan komunikasi yang lebih cepat, lebih murah, dan lebih interaktif (Brian Winston, 1998).

New media, seperti media sosial, aplikasi kesehatan, dan situs daring (dalam jaringan), telah menjadi saluran yang efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan kepada publik. Salah satu platform yang berkembang pesat di Indonesia adalah TikTok, dengan lebih dari 157 juta pengguna pada Juli 2024 (Statista, 2024). Platform ini memungkinkan tenaga medis untuk menjangkau khalayak luas secara cepat dan interaktif. Salah satu figur publik dalam bidang kesehatan yang memanfaatkan TikTok secara efektif adalah Dr. Farhan Zubedi. Melalui konten yang kreatif dan informatif, Dr. Farhan menyampaikan edukasi kesehatan dalam format yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

Konten yang diproduksi oleh Dr. Farhan, seperti video edukatif mengenai bahaya “rebahan” setelah makan yang dapat menyebabkan Gastroesophageal Reflux Disease (GERD), telah menarik jutaan penonton dan menciptakan interaksi dinamis antara kreator dan audiens. Respons positif dari penonton menunjukkan efektivitas komunikasi preventif melalui pendekatan yang santai namun bermakna. Fenomena ini relevan untuk dikaji melalui lensa teori komunikasi seperti Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), Agenda Setting (McCombs, M., & Shaw, 1972), dan Teori Audiens Aktif (Stuart, 1980), guna memahami bagaimana pesan kesehatan dikonstruksi, disebarkan, dan direspon dalam konteks media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas komunikasi kesehatan preventif melalui konten TikTok yang dibuat oleh Dr. Farhan Zubedi, serta bagaimana interaksi audiens mencerminkan keterlibatan aktif dalam menerima dan menginternalisasi pesan kesehatan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian yang berdasarkan pada pengolahan data yang sifatnya deskriptif dalam jurnal “Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash” (Hanyfah et al., 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami bagaimana komunikasi kesehatan yang disampaikan oleh salah satu konten pada akun Tiktok Dr. Farhan Zubedi memengaruhi keputusan perilaku kesehatan audiens yang melihat konten tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten, konten diamati secara langsung dengan video-video edukatif yang diunggah oleh Dr. Farhan, terutama yang berkaitan dengan isu kesehatan preventif seperti Gastroesophageal Reflux Disease (GERD), serta mencatat berbagai respon audiens yang muncul melalui komentar, jumlah suka, dan pembagian konten. Selain itu, studi literatur dan teori komunikasi digunakan untuk memperkuat analisis data.

Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif, dengan teknik analisis reduksi data untuk memilih konten yang relevan, kategorisasi tematik terhadap jenis pesan, gaya penyampaian, dan respon audiens, serta interpretasi berdasarkan teori komunikasi.

Menurut Miles dan Huberman (1992) dalam bukunya “Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook” (Matthew B. Miles, 1992), reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Teori-teori yang digunakan meliputi Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), Teori Audiens Aktif (Stuart, 1980), serta teori Agenda Setting (McCombs, M., & Shaw, 1972). Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya mengungkap bagaimana pesan kesehatan dikonstruksi, disebarluaskan, dan dipahami secara aktif oleh audiens di platform TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

TikTok adalah salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Statista, jumlah pengguna TikTok di Indonesia pada Juli 2024 mencapai 157,6 juta orang (Statista, 2024). Oleh karena itu, banyak sekali yang berprofesi sebagai tenaga medis mulai berkampanye di dalam aplikasi TikTok agar lebih mudah dan jangkauannya pun lebih besar dibandingkan berkampanye seperti biasanya. Salah satu dokter di Indonesia yaitu, Dr. Farhan Zubedi menggunakan TikTok sebagai media untuk menyebarkan informasi terkait kesehatan, dan dunia medis.

Dr. Farhan Zubedi adalah seorang dokter yang dikenal karena membagikan konten edukatif tentang kesehatan di TikTok dengan cara yang kreatif dan menarik. Sebagai dokter, Dr. Farhan fokus pada edukasi kesehatan melalui media sosial, terutama dalam aplikasi TikTok dan Instagram. Konten yang ia buat banyak membahas berbagai topik medis dengan pembahasan yang ringan serta mudah dipahami, sering kali menggunakan humor dan format video pendek yang pastinya akan diketahui oleh audiens. Hal ini membuat informasi medis lebih mudah diakses oleh masyarakat umum, terutama anak muda. Beberapa topik kesehatan yang sering ia bahas antara lain:

1. Penyakit umum dan pencegahannya, seperti flu, asam lambung, demam berdarah, dll.
2. Kesehatan mental, sengo mengenali tanda-tanda stres, depresi, dan gangguan kecemasan.
3. Kesehatan kulit dan kecantikan, perawatan kulit, efek samping produk skincare, dan masalah dermatologi.

Dr. Farhan sering menggunakan gaya penyampaian yang santai, bahkan kadang disertai dengan lagu atau parodi untuk membuat kontennya lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini membuatnya menjadi salah satu dokter influencer yang populer di Indonesia.

Penelitian ini menemukan bahwa konten kesehatan yang disampaikan melalui platform media sosial TikTok oleh Dr. Farhan Zubedi memiliki dampak yang kuat dalam membentuk kesadaran, sikap, dan perilaku preventif audiens terhadap isu kesehatan, khususnya terkait dengan kebiasaan berbaring setelah makan dan risiko terkena Gastroesophageal Reflux Disease (GERD). “Health communication is most effective when it is used to prevent diseases before they occur by educating people about healthy behaviors” (Green, L. and Kreuter, 2005). Kutipan tersebut berarti “Komunikasi kesehatan paling efektif bila digunakan untuk mencegah penyakit sebelum terjadi, dengan mendidik masyarakat tentang perilaku sehat.” (Green, L. and Kreuter, 2005). GERD sendiri adalah sebuah penyakit pencernaan yang mana asam lambung atau empedu mengiritasi lapisan dalam saluran makanan, hingga menyebabkan nyeri panas di dada yang biasanya terjadi setelah makan dan semakin memburuk ketika berbaring.

Dr. Farhan dalam videonya memparodikan sebuah organ tubuh manusia yang baru saja selesai makan dan langsung berbaring di kursinya, saat berbaring, lambung mengalami guncangan yang cukup keras, sehingga lambung mengirim sinyal pada otak dan bertanya apa tadi guncangan itu adalah gempa, otak yang mendengar pertanyaan itu pun bingung karena dari tadi tidak ada gempa, usus yang melihat interaksi antara dua organ ini memberitahu bahwa guncangan yang terjadi tadi disebabkan oleh proses pencernaan makanan yang belum

selesai dicerna oleh lambung, tetapi yang memiliki tubuh memilih untuk berbaring atau "rebahan" dibanding olahraga sesaat untuk mencerna makanan yang masuk dalam tubuh. Otak dan lambung sama-sama tidak bisa menerima pernyataan dari masing-masing, lalu lambung menjelaskan bahwa penyakit Gerd akan dialami oleh tubuh jika terus menerus melakukan hal yang sama, yaitu berbaring setelah makan. Otakpun menambahi jika makanan yang baru dimakan akan dicerna oleh lambung, yang dimana jika setelah makan tetapi langsung berbaring secara horizontal akan menyebabkan makanan kembali naik diikuti dengan asam pada lambung ke kerongkongan. Akhirnya otakpun mengerti, lalu mengirim sinyal pada tubuh manusia tersebut agar bisa bangun dari berbaringnya.

Video yang membahas topik tentang Gerd itu berhasil menarik perhatian lebih dari 12 juta penonton dalam waktu relatif singkat, menandakan adanya relevansi antara topik kesehatan yang diangkat dengan kebutuhan informasi masyarakat. Salah satu temuan penting dari analisis ini adalah bahwa gaya komunikasi yang digunakan Dr. Farhan, yakni pendekatan edukatif yang ringan, disertai dengan visual menarik dan gaya tutur yang santai berhasil menurunkan jarak psikologis antara komunikator dan audiens. Hal ini memungkinkan audiens untuk merasa terlibat secara personal dengan pesan yang disampaikan. Banyak komentar dari audiens mencerminkan pengalaman pribadi mereka, seperti: "Saya baru tahu ternyata rebahan setelah makan bisa berbahaya, padahal itu kebiasaan saya setiap hari," atau "Sejak nonton ini, saya mulai jaga pola makan." Respon lain dari audiens yang paling banyak ditemukan dalam komentar adalah, penonton yang sehabis mengkonsumsi makanan dalam porsi yang lebih banyak, dalam komentar, mereka merasa relate atau sesuai dengan video yang dibuat oleh Dr. Farhan, karena mereka baru saja mengalami dan melakukan hal serupa, yaitu makan dan setelah itu langsung berbaring yang bisa menyebabkan Gerd. Komentar dari @Matchaaa 🥝: "Kebetulan bgt abis makan lgsg rebahan woy, pas bgt udah kena gerd," akhirnya mereka menjadi tahu dan mengikuti pesan dari video tersebut, yaitu tidak boleh langsung berbaring setelah mengkonsumsi makanan dengan porsi besar. Tanggapan lainnya, ada beberapa komentar yang di mana mereka menceritakan pengalaman saat mereka mengalami Gerd, yaitu komentar dari @Minracity: "pliss aku dlu punya gerd yg udh agak parah, krna hasil endoscopy lambung merah² bgtt kea sariawan. sumpah ga enak bgt penyakit gerd," yang di mana kondisi itu sama sekali tidak nyaman untuk pasien. Tanggapan selanjutnya, beberapa komentar tentang pertanyaan, berapa menit/jam harus olahraga, agar makanan yang dikonsumsi bisa tercerna dengan baik oleh lambung.

Perspektif Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) tiga determinan utama perilaku yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, terlihat jelas dalam respons audiens. Konten video Dr. Farhan tidak hanya mengubah sikap audiens terhadap perilaku tidak sehat, tetapi juga membangun norma sosial baru yang lebih sehat melalui diskusi di kolom komentar. Banyak pengguna yang menunjukkan bahwa mereka terdorong untuk mengubah kebiasaan setelah melihat bahwa orang lain juga melakukannya. Dengan begitu, norma subjektif terbentuk secara kolektif melalui interaksi antarpengguna. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku meningkat karena konten tersebut menyampaikan pesan secara sederhana, memberi solusi yang dapat dilakukan sehari-hari, sehingga audiens merasa mampu untuk mengubah perilaku mereka, karena, pertama, video membentuk sikap positif terhadap perilaku sehat, yaitu tidak rebahan setelah makan (Attitude toward the behaviour). Selanjutnya, banyak komentar dari penonton yang merasa relate dan ikut mendukung pesan tersebut, menandakan norma sosial yang mendukung perubahan perilaku (Subjective Norms). Terakhir, konten Dr. Farhan menunjukkan bahwa menghindari rebahan adalah hal yang sederhana dan bisa dilakukan siapa saja (Perceived Behavioral Control). Pesan yang disampaikan Dr. Farhan mudah dipahami dan mudah diterima bagi audiens dari platform Tiktok

Kerangka teori Audiens Aktif (Stuart, 1980), interaksi audiens dengan konten menunjukkan berbagai bentuk decoding. Sebagian besar audiens melakukan dominant reading menerima pesan seperti yang diinginkan oleh komunikator. Mereka menunjukkan pemahaman bahwa rebahan setelah makan adalah kebiasaan yang perlu dihindari. Sebagian lainnya menunjukkan negotiated reading, dengan menerima pesan inti tetapi mengaitkannya dengan konteks pribadi mereka, seperti mengomentari bahwa mereka hanya rebahan sebentar atau pada kondisi tertentu. Bahkan ada pula oppositional reading, misalnya pengguna yang menentang pesan tersebut karena merasa tidak mengalami dampak negatif meskipun memiliki kebiasaan yang sama. Namun demikian, keberagaman decoding ini justru memperkuat posisi audiens sebagai pihak aktif yang menafsirkan dan merespon pesan berdasarkan pengalaman dan nilai-nilai mereka sendiri.

Sudut pandang Agenda Setting Theory (McCombs, M., & Shaw, 1972), konten Dr. Farhan mampu mengarahkan perhatian publik pada isu-isu kesehatan sehari-hari yang selama ini dianggap sepele. Ketika sebuah topik seperti "rebahan setelah makan" menjadi viral, maka perhatian kolektif masyarakat pun bergeser untuk membahas dan merefleksikan perilaku tersebut. Komentar dan repost video menjadi sarana penting dalam menyebarluaskan topik dan memperkuat posisi isu dalam kesadaran public (Shabira, 2021). Hal ini membuktikan bahwa media sosial bukan hanya sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai aktor penting dalam membentuk agenda dan opini publik.

Hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa komunikasi kesehatan melalui media baru seperti aplikasi TikTok memiliki potensi besar dalam membentuk perilaku kesehatan dalam lingkungan masyarakat. Kombinasi antara kredibilitas komunikator, relevansi pesan, penyampaian yang menarik, dan keterlibatan aktif audiens dalam kampanye tersebut menciptakan ekosistem informasi yang mendukung perubahan perilaku ke arah yang lebih positif. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan interaktif dan partisipatif audiens dalam menyampaikan pesan kesehatan di era digital seperti saat ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan kepada masyarakat, terutama generasi muda. Konten edukatif yang dibuat oleh Dr. Farhan Zubedi membuktikan bahwa informasi kesehatan bisa dikemas secara menarik, ringan, dan mudah dipahami tanpa mengurangi esensi atau nilai edukatifnya. Salah satu contoh yang menonjol adalah video tentang bahaya berbaring setelah makan yang dikaitkan dengan risiko terkena penyakit GERD. Video ini bukan hanya berhasil menjangkau jutaan penonton, tetapi juga memicu keterlibatan aktif dari audiens yang merasa relate dengan topik yang dibahas. Melalui pendekatan komunikasi yang kreatif, seperti penggunaan parodi, humor, dan visualisasi organ tubuh yang "berdialog", pesan kesehatan yang mungkin awalnya dianggap sepele berhasil menjadi bahan diskusi publik. Banyak audiens yang menunjukkan perubahan sikap dan bahkan perilaku setelah menonton konten tersebut. Mereka mulai menyadari pentingnya tidak langsung berbaring setelah makan, menjaga pola makan, dan bahkan mencari tahu lebih lanjut tentang bagaimana cara mencegah GERD.

Peran teori-teori komunikasi dalam penelitian ini, seperti Theory of Planned Behavior, Agenda Setting, dan Teori Audiens Aktif terbukti sangat relevan. Konten Dr. Farhan mampu membentuk sikap positif terhadap perilaku sehat, menciptakan norma sosial baru melalui interaksi antar pengguna, serta memberikan rasa kontrol kepada audiens bahwa mereka mampu melakukan perubahan kecil yang berdampak besar dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, teori Agenda Setting menunjukkan bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk mengangkat isu kesehatan yang dulunya dianggap remeh namun bisa menjadi topik penting yang diperbincangkan oleh publik secara luas. Yang paling menarik adalah bagaimana

audiens tidak hanya menjadi penerima pasif informasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses komunikasi itu sendiri. Mereka memberikan tanggapan, berbagi pengalaman, bahkan memberikan saran atau bertanya lebih lanjut. Ini menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan yang interaktif dan melibatkan partisipasi audiens jauh lebih efektif dibandingkan komunikasi yang dilakukan satu arah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi kesehatan di era digital, bila dilakukan dengan cara yang tepat, dapat menjadi strategi yang sangat kuat untuk mengedukasi masyarakat dan mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih sehat. Konten seperti yang dibuat oleh Dr. Farhan Zubedi menjadi contoh nyata bahwa edukasi kesehatan tidak harus membosankan, tetapi bisa disampaikan dengan cara yang menyenangkan, informatif, dan menyentuh kehidupan sehari-hari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior (Volume 1)*. SAGE Publication Inc.
- Green, L. and Kreuter, M. (2005). *Health program planning: An educational and ecological approach (4th ed.)*. MCGraw Hill.
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 339–344. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>
- Matthew B. Miles, A. M. H. (1992). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publication Inc.
- McCombs, M., & Shaw, D. . (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 176–185.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. In Jakarta: Rineka Cipta.
- Shabira, F. (2021). Agenda Setting : Eksplorasi Pada Komunikasi Massa. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i1.5>
- Statista. (2024). Countries With The Most TikTok Users 2024. [https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/#8203;:contentReference\[oaicite:5\]%7Bindex=5%7D](https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/#8203;:contentReference[oaicite:5]%7Bindex=5%7D)
- Stuart, H. (1980). *Culture, Media, Language*. Unwin Hyman (Publishers) Ltd.