

OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SARANA EDUKASI DAN INFORMASI DI PUSKESMAS BURNEH

**Khoirun Nanik Agustina Thoha^{1*}, M. Hasinuddin²,
Novi Anggraeni³, Zakkiyatus Zainiyah⁴**

Program Studi Magister Administrasi Kesehatan, Mahasiswa Universitas Noor Huda Mustofa¹

Program Studi Magister Administrasi Kesehatan Universitas Noor Huda Mustofa^{2,3,4}

**Corresponding Author: agustinathoha@gmail.com*

ABSTRAK

Puskesmas memiliki peran strategis dalam promosi kesehatan masyarakat, namun metode penyebaran informasi yang konvensional dinilai kurang efektif di era digital. Media sosial, khususnya TikTok, berpotensi menjadi sarana edukasi kesehatan yang interaktif, luas, dan sesuai dengan tren masyarakat. Proyek inovasi ini menggunakan desain penelitian pengembangan (Research and Development) dengan model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). Konten edukasi kesehatan berupa video singkat diproduksi dan dipublikasikan secara konsisten melalui akun resmi TikTok Puskesmas Burneh selama periode 1–14 September 2025. Analisis dilakukan secara deskriptif terhadap data keterlibatan (*engagement*) berupa jumlah *views*, *likes*, komentar, *share*, *favorite*, dan pertumbuhan *followers*. Terdapat peningkatan signifikan setelah optimalisasi konten: *views* naik 333%, *likes* 286%, *followers* 202%, komentar 188%, favorit 257%, dan *share* 345%. Mayoritas audiens berasal dari kelompok usia produktif (25–34 tahun: 49,17%) dengan dominasi perempuan (77%). Inovasi ini membuktikan bahwa pemanfaatan TikTok efektif dalam meningkatkan jangkauan, interaksi, dan keterlibatan masyarakat terhadap pesan kesehatan. Karakteristik platform yang kreatif, singkat, dan mudah dibagikan menjadikan TikTok sebagai media strategis untuk mendukung literasi kesehatan masyarakat. Ke depan, diperlukan konsistensi unggahan, diversifikasi konten, serta interaksi aktif dengan audiens agar keberlanjutan program dapat terjaga.

Kata Kunci: TikTok, media sosial, promosi kesehatan, Puskesmas, edukasi kesehatan

ABSTRACT

Community Health Centers (Puskesmas) play a crucial role in health promotion, yet traditional methods of information dissemination are considered less effective in the digital era. Social media, particularly TikTok, offers great potential as an interactive, wide-reaching, and trend-adaptive platform for health education. This innovation project employed a Research and Development (R&D) design with the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). Educational health content in the form of short videos was produced and consistently published through the official TikTok account of Puskesmas Burneh from September 1–14, 2025. Descriptive analysis was conducted on engagement indicators including views, likes, comments, shares, favorites, and follower growth. A significant increase was observed after content optimization: views rose by 333%, likes by 286%, followers by 202%, comments by 188%, favorites by 257%, and shares by 345%. The majority of the audience were in the productive age group (25–34 years: 49.17%) and predominantly female (77%). This innovation demonstrates that TikTok is effective in enhancing reach, interaction, and audience engagement with health messages. Its short, creative, and easily shareable content makes TikTok a strategic medium for improving community health literacy. For sustainability, consistent posting, content diversification, and active audience interaction are recommended.

Keywords: *TikTok, social media, health promotion, Puskesmas, health education*

PENDAHULUAN

Pusat Kesehatan Masyarakat atau Puskesmas merupakan ujung tombak pelayanan kesehatan di Indonesia yang berfungsi sebagai fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama. Puskesmas memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan kesehatan dasar yang mencakup aspek promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif secara menyeluruh kepada masyarakat (Kemenkes, 2023). Seiring perkembangan zaman dan perubahan kebutuhan masyarakat, Puskesmas

mengalami transformasi pelayanan melalui pendekatan integratif. Tujuan dari transformasi ini adalah untuk memperkuat pelayanan kesehatan primer dengan menekankan pada layanan promotif dan preventif guna mewujudkan masyarakat yang lebih sehat dan mandiri. Transformasi tersebut merupakan bagian dari strategi nasional untuk memperbaiki sistem kesehatan berbasis masyarakat yang responsif terhadap tantangan lokal dan global (Kemenkes, 2023).

Media sosial merupakan platform komunikasi digital yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, menciptakan, dan menerima informasi secara instan dan luas. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di dunia, media sosial menjadi salah satu kanal utama dalam penyebarluasan informasi, termasuk di bidang kesehatan. Platform populer seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk di Indonesia, yang kini memiliki lebih dari 185,3 juta pengguna internet aktif pada tahun 2024 (We Are Social, 2024). Salah satu platform media sosial yang saat ini sangat populer adalah TikTok. TikTok merupakan platform media sosial yang sedang tren dan banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya kalangan remaja dan dewasa muda, sehingga memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi kesehatan.

Pemanfaatan TikTok di dunia kesehatan memberikan efek positif, terutama dalam penyebarluasan informasi kesehatan secara cepat dan menarik. Penelitian (Nur Indahsari et al., 2023) membuktikan bahwa penggunaan TikTok dapat meningkatkan pengetahuan dan sikap remaja putri tentang personal hygiene saat menstruasi. Konten edukasi di TikTok terbukti mampu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang topik tertentu, termasuk kesehatan. Menurut (Trio Bagus Saputra & Nurul Rakhmawati, 2025), gaya komunikasi yang sederhana dan berbasis bukti ilmiah menjadikan TikTok efektif untuk menyampaikan pesan kesehatan. Bahkan, penelitian (Rika Rahayu et al., 2024) menunjukkan penggunaan TikTok sebagai media edukasi terbukti meningkatkan pengetahuan penderita hipertensi di wilayah kerja puskesmas.

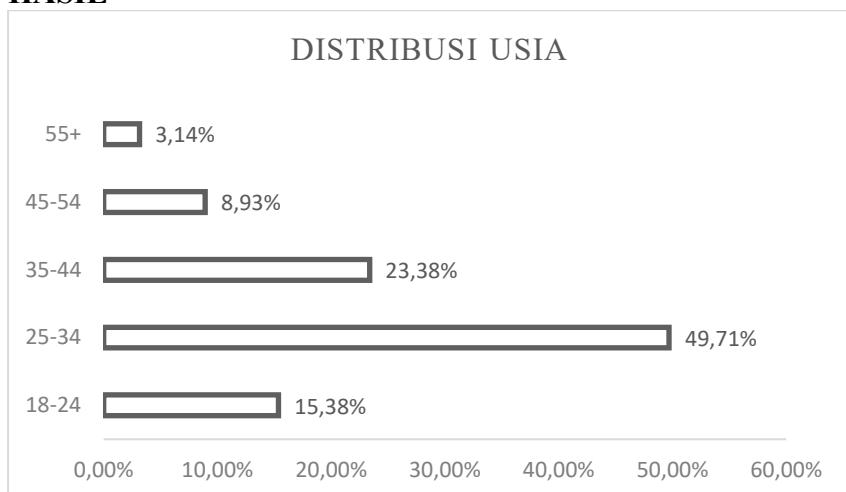
Puskesmas Burneh telah memanfaatkan TikTok sebagai media edukasi dan informasi kesehatan, namun pemanfaatannya belum optimal. Konten yang diunggah masih terbatas dan kurang interaktif sehingga tingkat engagement relatif rendah. Oleh karena itu, diperlukan inovasi berupa optimalisasi konten TikTok agar dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat serta mendukung peningkatan literasi kesehatan.

METODE

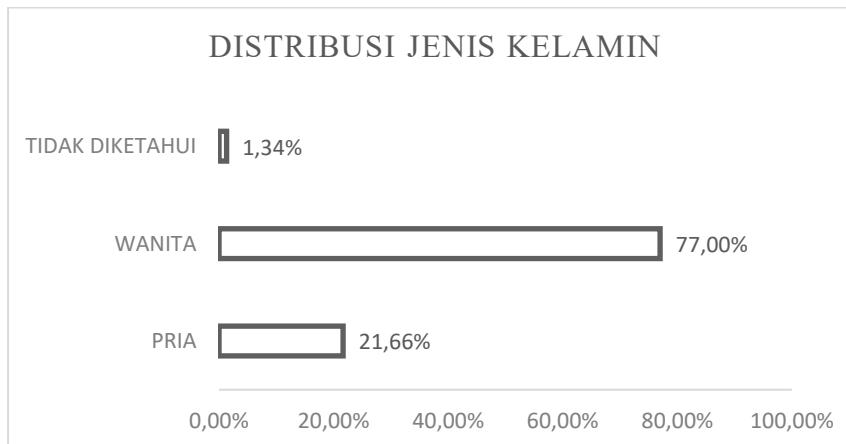
Penelitian ini merupakan proyek inovasi dengan desain deskriptif menggunakan pendekatan *Research and Development* (R&D). Model pengembangan yang digunakan adalah ADDIE yang terdiri dari lima tahap, yaitu *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Tahap analysis dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan Puskesmas Burneh dalam penyampaian informasi kesehatan melalui media sosial. Tahap design meliputi perancangan konsep konten, tema edukasi, gaya penyajian, serta jadwal unggahan. Tahap development dilakukan dengan memproduksi konten video edukasi kesehatan yang sesuai dengan desain yang telah ditetapkan. Tahap implementation berupa publikasi konten secara konsisten pada akun TikTok resmi Puskesmas Burneh. Tahap evaluation dilakukan dengan menganalisis data engagement untuk menilai efektivitas inovasi. Data yang dianalisis meliputi jumlah views, likes, komentar, share, favorite, dan pertumbuhan followers selama periode pelaksanaan proyek inovasi.

Variabel Independen adalah Optimalisasi media sosial TikTok (strategi konten, konsistensi upload, penggunaan bahasa komunikatif, tren audio). Variabel Dependend adalah Engagement masyarakat (jumlah like, share, komentar, viewers, favorite dan pertumbuhan followers).

Analisis data dilakukan melalui analisis univariat merupakan analisis tiap variabel yang dinyatakan dengan menggambarkan dan meringkas data dengan cara ilmiah dalam bentuk tabel atau grafik (Notoadmojo, 2018). Deskriptif: Rata-rata dan distribusi jumlah *viewers*, *likes*, komentar, *share*, *favorite* dan *followers*. Persentase Perubahan yaitu perbandingan *engagement* sebelum dan sesudah optimalisasi konten.

HASIL**Grafik 1. Distribusi Usia**

Analisis demografi audiens menunjukkan bahwa kelompok usia yang paling dominan dalam mengakses konten adalah rentang 25–34 tahun, dengan persentase sebesar 49,17%. Disusul oleh kelompok usia 35–44 tahun (23,38%), 18–24 tahun (15,38%), 45–54 tahun (8,93%), dan lebih dari 55 tahun (3,14%). Temuan ini memberikan gambaran bahwa mayoritas konsumen konten edukasi kesehatan Puskesmas Burneh adalah kelompok usia produktif, yang memiliki potensi besar sebagai agen penyebar informasi kesehatan kepada keluarga maupun lingkungannya.

**Grafik 2. Distribusi Jenis Kelamin**

Sementara itu, bila ditinjau dari distribusi jenis kelamin, terlihat bahwa audiens perempuan mendominasi dengan persentase sebesar 77,0%. Angka ini menunjukkan bahwa konten edukasi kesehatan yang dipublikasikan lebih banyak diminati dan diakses oleh kaum perempuan, yang pada umumnya memiliki peran besar dalam pengelolaan kesehatan keluarga. Audiens laki-laki tercatat sebesar 21,66%, sedangkan 1,34% lainnya tidak teridentifikasi jenis kelaminnya. Pola ini mengindikasikan bahwa meskipun laki-laki juga terlibat dalam mengakses konten, dominasi perempuan sangat kuat sehingga dapat dijadikan sasaran utama dalam penyebaran informasi kesehatan berbasis media sosial.

Tabel 1.Data Sebelum dan Sesudah Intervensi

Indikator	Sebelum Inovasi	Sesudah Inovasi	% Perubahan
<i>View</i>	19.058	82.511	333%
<i>Like</i>	736	2.840	286%

Followers	244	738	202%
Comment	51	147	188%
Favorit	30	107	257%
Share	77	343	345%

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa hampir seluruh aspek mengalami peningkatan yang signifikan. Jumlah penayangan video (*view*) meningkat lebih dari tiga kali lipat, menunjukkan bahwa konten edukasi kesehatan berhasil menjangkau audiens yang jauh lebih luas. Hal yang sama juga tampak pada jumlah like dan followers, yang mencerminkan adanya peningkatan keterlibatan masyarakat serta kepercayaan terhadap akun TikTok Puskesmas Burneh sebagai sumber informasi kesehatan. Jumlah komentar, simpanan video (*favorite*), hingga share pun mengalami kenaikan yang cukup besar, memperlihatkan bahwa masyarakat tidak hanya menonton, tetapi juga berinteraksi, mengapresiasi, dan membagikan konten kepada orang lain.

PEMBAHASAN

Hasil Pengembangan ADDIE

Tahap *Analysis* (Analisis)

Pada tahap ini, proyek inovasi fokus menganalisis kebutuhan Puskesmas Burneh dalam penyebaran informasi kesehatan. Dari hasil identifikasi awal, ditemukan bahwa media sosial TikTok sebenarnya sudah digunakan, tetapi belum optimal. Konten masih monoton, kurang kreatif, dan engagement sangat rendah meskipun jumlah penontonnya cukup besar. Hal ini menunjukkan adanya gap antara potensi media sosial dengan kemampuan aktual konten dalam menarik perhatian masyarakat.

Selain itu, analisis demografi audiens TikTok Puskesmas Burneh menunjukkan mayoritas pengguna berada pada usia produktif dan lebih banyak perempuan. Informasi ini menjadi dasar kuat untuk menentukan konten seperti apa yang tepat, gaya komunikasi apa yang lebih efektif, serta jenis visual yang lebih menarik bagi sasaran. Oleh karena itu, tahap analisis ini menghasilkan kebutuhan untuk mengembangkan konten edukasi kesehatan yang lebih kreatif, relevan, menggunakan tren TikTok, dan komunikatif agar mampu meningkatkan jangkauan serta interaksi masyarakat.

Tahap *Design* (Desain)

Tahap desain berfokus pada merancang konsep konten yang sesuai dengan kebutuhan yang ditemukan pada tahap analisis. Pada fase ini, dilakukan penyusunan jenis konten, tema edukasi, gaya penyajian, durasi video (1–3 menit), serta pemilihan musik dan tren TikTok yang sedang populer.

Strategi pengembangan desain konten dalam program ini disusun secara komprehensif dengan memprioritaskan penyampaian pesan yang efektif dan edukatif. Materi utama difokuskan pada lima pilar topik kesehatan esensial, yaitu Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS), pentingnya imunisasi, pemenuhan gizi seimbang, pencegahan penyakit menular, serta pemahaman kesehatan reproduksi. Secara teknis, setiap konten dikembangkan dengan mengutamakan alur visual yang singkat, jelas, dan menarik guna memastikan informasi dapat diterima dengan cepat oleh audiens. Penyampaian materi menggunakan bahasa yang komunikatif dan sederhana untuk menghindari ambiguitas, serta didukung oleh penulisan *caption* yang bersifat edukatif namun tetap dikemas dalam nada yang ringan agar mudah dicerna. Guna menjaga konsistensi interaksi dan jangkauan informasi, jadwal unggahan konten ditetapkan secara rutin dengan frekuensi 2 hingga 3 kali setiap minggunya.

Tahap ini juga merancang template analisis engagement, agar setiap konten dapat dipantau performanya. Secara keseluruhan, tahap desain menciptakan blueprint lengkap sebagai panduan produksi konten yang lebih modern, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik audiens TikTok.

Tahap *Development* (Pengembangan)

Tahap ini merupakan proses merealisasikan semua rancangan yang sudah dibuat sebelumnya menjadi produk nyata berupa konten video edukasi. Proses produksi dimulai dari pembuatan storyboard sederhana, rekaman video, editing menggunakan musik tren, hingga penambahan teks edukatif yang mudah dipahami. Dalam tahap ini juga dilakukan uji coba awal terhadap beberapa video untuk melihat apakah konten sudah sesuai dengan karakteristik audiens. Selain itu, dibuatlah instrumen analisis berupa tabel pengukuran engagement untuk menilai kemampuan konten dalam mencapai tujuan.

Tahap development juga memastikan konten sudah melalui validasi tenaga kesehatan agar informasi yang disampaikan benar, akurat, dan aman untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Dengan demikian, produk yang dihasilkan tidak hanya menarik, tetapi juga memiliki keilmiahinan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Tahap *Implementation* (Implementasi)

Tahap implementasi program dilaksanakan melalui pengunggahan konten secara konsisten pada akun resmi TikTok Puskesmas Burneh selama periode 1 hingga 14 September 2025. Dalam rentang waktu tersebut, sebanyak 10 video edukasi dipublikasikan secara terjadwal guna memastikan penyebaran informasi kesehatan yang optimal kepada masyarakat. Selama fase ini, pemantauan performa dilakukan secara berkala untuk mengukur efektivitas dan tingkat keterlibatan (*engagement*) audiens pada setiap konten. Indikator pemantauan mencakup analisis kuantitatif terhadap jumlah penayangan (*views*), jumlah kesukaan (*likes*), frekuensi konten dibagikan (*share*), serta interaksi melalui kolom komentar dan fitur favorit. Selain itu, dilakukan pula pemantauan terhadap pertumbuhan jumlah pengikut (*followers*) akun sebagai parameter peningkatan jangkauan dan kepercayaan publik terhadap platform edukasi digital tersebut.

Hasil implementasi menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, seperti views meningkat 333%, followers naik 202%, dan share meningkat 345%. Data ini menjadi bukti bahwa implementasi konten yang lebih menarik, kreatif, dan sesuai tren mampu meningkatkan jangkauan serta interaksi masyarakat secara drastis. Evaluasi awal juga dilakukan dengan membaca komentar warganet, yang mayoritas memberikan respon positif dan merasa terbantu dengan konten edukasi tersebut.

Tahap *Evaluation* (Evaluasi)

Tahap evaluasi dalam program ini dilakukan melalui dua pendekatan utama, yakni evaluasi formatif untuk memantau efektivitas selama proses berlangsung dan evaluasi sumatif untuk menilai dampak keseluruhan setelah masa implementasi berakhir. Proses ini dilakukan dengan meninjau secara mendalam seluruh indikator keterlibatan (*engagement*) serta respons balik dari audiens. Hasil evaluasi menunjukkan beberapa temuan signifikan, di antaranya konten yang dikemas secara kreatif cenderung mendapatkan jumlah penayangan yang lebih tinggi, sementara pemanfaatan tren terkini di platform TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan frekuensi konten dibagikan oleh pengguna. Selain itu, penggunaan bahasa yang sederhana dan komunikatif memberikan daya tarik khusus bagi audiens perempuan, yang memiliki peran strategis sebagai pengambil keputusan kesehatan dalam keluarga. Konsistensi dalam jadwal pengunggahan juga ditemukan sebagai faktor kunci dalam membangun serta meningkatkan kepercayaan audiens terhadap informasi yang diberikan.

Meskipun menunjukkan hasil yang positif, evaluasi ini juga mengidentifikasi sejumlah aspek yang memerlukan peningkatan di masa mendatang. Hal ini mencakup perlunya diversifikasi topik kesehatan yang lebih luas serta penguatan interaksi dua arah dengan audiens melalui fitur *reply comment* maupun sesi *live streaming*. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer* lokal dianggap potensial untuk memperluas jangkauan pesan, yang dibarengi dengan kebutuhan perbaikan kualitas penyuntingan serta stabilitas visual video. Seluruh poin umpan balik ini menjadi dasar penting dalam menyempurnakan strategi edukasi kesehatan digital agar lebih berdampak dan berkelanjutan.

Evaluasi ini menjadi dasar penyusunan strategi jangka panjang agar program inovasi tidak berhenti pada satu periode, tetapi menjadi program berkelanjutan di Puskesmas Burneh

Hasil Optimalisasi Tiktok Sebagai Sarana Edukasi dan Informasi

Hasil pelaksanaan inovasi ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai sarana komunikasi kesehatan mampu menghasilkan dampak yang signifikan dalam hal jangkauan, keterlibatan, serta perubahan pola interaksi masyarakat terhadap pesan-pesan edukatif. Karakteristik utama TikTok, yakni durasi video yang singkat, kemasan yang visual dan menarik, serta kemudahan untuk dibagikan ke jejaring sosial lainnya, terbukti menjadi faktor kunci yang mendorong keberhasilan penyebaran informasi kesehatan. Dalam kurun waktu dua minggu pelaksanaan inovasi di Puskesmas Burneh, terjadi peningkatan drastis pada berbagai indikator media sosial, antara lain peningkatan pengikut lebih dari tiga kali lipat dan lonjakan penayangan video lebih dari empat kali lipat. Fakta ini menunjukkan bahwa model komunikasi kesehatan berbasis media sosial modern dapat mengungguli pendekatan tradisional yang selama ini banyak digunakan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (Risal & Rahmawati, 2025) yang mengkaji strategi komunikasi kesehatan dalam mempromosikan gaya hidup sehat melalui akun TikTok @Ade_Rai. Studi tersebut menekankan bahwa penyajian konten yang menarik secara visual, pesan yang sederhana, serta gaya komunikasi yang membumbui dapat meningkatkan perhatian audiens, membangun keterlibatan emosional, hingga memengaruhi perilaku menuju hidup yang lebih sehat. Interaksi dalam bentuk komentar, likes, dan testimoni menjadi bukti nyata keberhasilan strategi komunikasi tersebut (Risal & Rahmawati, 2025). Hasil ini sejalan dengan capaian Puskesmas Burneh, di mana peningkatan like, komentar, serta jumlah share memperlihatkan bahwa audiens bukan sekadar pasif, tetapi benar-benar terlibat dalam menyerap serta membagikan informasi yang diterima.

Keterlibatan (*engagement*) dalam bentuk suka, komentar, *share* adalah indikator penting bahwa konten bukan hanya dilihat, tetapi benar-benar diterima dan memicu respon aktif. Temuan meningkatnya komentar, suka, favorit dan *share* pada data Puskesmas Burneh selaras dengan hasil Penelitian (Rusly & Rahmawati, 2025) yang menyebut bahwa gaya komunikasi yang komunikatif, emosional, dan edukatif mampu meningkatkan engagement digital dan bahkan mempengaruhi perilaku audiens remaja. Penelitian ini juga menegaskan bahwa keberhasilan konten edukasi kesehatan sangat ditentukan oleh keterlibatan audiens.

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi di TikTok, penting memperhatikan aspek kualitas konten, seperti yang diungkapkan (Alifah et al., 2025) dalam analisis mereka mengenai *engagement rate* pada akun *grup idol virtual* di TikTok. Penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas animasi, kesesuaian konten dengan minat audiens, serta penggunaan musik atau tren terkini berkontribusi besar pada keberhasilan sebuah video masuk ke laman *For Your Page (FYP)* dan menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini selaras dengan apa yang diterapkan oleh Puskesmas Burneh, yaitu mengemas informasi kesehatan dengan cara kreatif, sederhana, dan mudah dipahami sehingga mampu menarik perhatian kelompok sasaran yang lebih luas.

Analisis demografis audiens juga menambah pemahaman mengenai pola penerimaan pesan. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengakses konten Puskesmas Burneh berada pada kelompok usia produktif 25–34 tahun (49,17%), disusul usia 35–44 tahun (23,38%) dan 18–24 tahun (15,38%). Hal ini selaras dengan laporan (We Are Social, 2024) yang menemukan bahwa pengguna media sosial di Indonesia, khususnya TikTok, didominasi oleh kelompok usia muda dan produktif. Ini konsisten dengan pola yang dilaporkan dalam penelitian Media Sosial TikTok Sebagai Edukasi Kesehatan: Analisis Gaya Komunikasi Konten dr. Detektif yang mengamati bahwa pengguna konten edukasi kesehatan di TikTok cenderung berasal dari generasi muda dewasa dan audiens lebih responsif jika gaya komunikasi bersifat personal dan visual (Trio Bagus Saputra & Nurul Rakhamwati, 2025). Fakta ini penting karena kelompok usia produktif memiliki kecenderungan menjadi agen perubahan, baik di lingkup keluarga maupun komunitasnya, sehingga pesan kesehatan yang mereka terima dapat berimplikasi lebih luas terhadap lingkungan sosial.

Dari aspek gender, distribusi audiens menunjukkan dominasi perempuan sebesar 77,0%, sementara laki-laki 21,66% dan sisanya 1,34% tidak teridentifikasi. Fenomena ini diperkuat oleh

penelitian Pradavasthi Balqisyah Amirputri, Indah Permatasari Almuhtadi, dan Sri Wahyuni Astuti yang menganalisis perbedaan gender dalam perilaku pencarian informasi di media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa perempuan lebih aktif menggunakan sumber informasi daring, termasuk media sosial, karena motivasi mereka untuk mencari nilai-nilai yang memberikan kepuasan selama proses pencarian informasi (Balqisyah *et al.*, 2023). Dalam konteks kesehatan, perempuan sering berperan sebagai pengambil keputusan terkait kesehatan keluarga, sehingga tidak mengherankan bila mereka lebih aktif berinteraksi dengan konten kesehatan di TikTok. Fenomena ini juga konsisten dengan temuan (Bidmon & Terlutter, 2015) yang menegaskan bahwa perempuan lebih cenderung mencari dan menggunakan informasi kesehatan secara daring dibanding laki-laki, sehingga menjadikan mereka target audiens potensial bagi strategi komunikasi kesehatan berbasis digital.

Selain data kuantitatif yang diperoleh dari jumlah penayangan, jumlah suka (*likes*), dan jumlah dibagikan (*shares*), analisis juga dapat diperkuat dengan data kualitatif yang berasal dari komentar warganet pada setiap postingan yang dibagikan oleh akun resmi media sosial Puskesmas Burneh. Berdasarkan hasil telaah komentar, mayoritas warganet memberikan respon positif berupa ungkapan kepuasan dan rasa senang karena merasa terbantu dengan adanya informasi maupun edukasi yang disampaikan. Komentar yang muncul umumnya berisi ucapan terima kasih, apresiasi, serta dukungan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi secara pasif, tetapi juga berinteraksi dengan memberikan umpan balik yang bernilai bagi peningkatan kualitas konten di masa mendatang.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa keberhasilan inovasi pemanfaatan TikTok oleh Puskesmas Burneh bukan hanya tercermin dari peningkatan angka statistik semata, tetapi juga dari relevansi hasil tersebut dengan berbagai penelitian sebelumnya. Kombinasi kreativitas visual, kesederhanaan bahasa, relevansi topik dengan kebutuhan masyarakat, serta keterlibatan aktif audiens terbukti mampu menjadikan TikTok sebagai media yang strategis untuk menyampaikan pesan kesehatan. Dengan keberhasilan yang telah ditunjukkan, platform ini memiliki potensi besar untuk digunakan secara berkelanjutan dalam mendukung program-program kesehatan masyarakat, baik dalam skala lokal maupun nasional.

KESIMPULAN

Hasil implementasi proyek inovasi Optimalisasi Media Sosial TikTok sebagai Sarana Edukasi dan Informasi di Puskesmas Burneh yang dilaksanakan pada tanggal 1 hingga 14 September 2025 menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam hal jangkauan, interaksi, dan keterlibatan masyarakat. Peningkatan jumlah view sebesar 333%, like sebesar 286%, followers sebesar 202%, komentar sebesar 188%, favorite sebesar 257%, dan share sebesar 345% membuktikan bahwa strategi pemanfaatan media sosial berbasis video pendek sangat efektif untuk menyampaikan pesan kesehatan secara luas. Analisis demografi audiens memperlihatkan bahwa kelompok usia produktif (25–34 tahun) menjadi pengguna dominan dengan persentase 49,17%, disusul kelompok usia 35–44 tahun (23,38%) dan 18–24 tahun (15,38%). Selain itu, proporsi audiens didominasi oleh perempuan (77%), sedangkan laki-laki hanya 21,66% dan sisanya 1,34% tidak teridentifikasi. Hal ini menandakan bahwa edukasi kesehatan melalui TikTok tidak hanya berhasil menarik perhatian masyarakat, tetapi juga lebih banyak diterima oleh kelompok usia produktif dan audiens perempuan yang berpotensi besar menjadi penyebar informasi kesehatan di lingkungannya. Secara keseluruhan, inovasi ini terbukti berhasil meningkatkan peran Puskesmas Burneh sebagai pusat informasi kesehatan berbasis digital, sejalan dengan kebutuhan komunikasi kesehatan modern di era media sosial.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Program Studi Magister Administrasi Kesehatan, Universitas Noor Huda Mustofa, atas dukungan fasilitas akademik serta lingkungan intelektual yang sangat memadai selama proses penyusunan karya

ilmiah ini. Ucapan terima kasih secara mendalam penulis tujukan kepada para Dosen Program Studi Magister Administrasi Kesehatan Universitas Noor Huda Mustofa²³ atas bimbingan yang tulus, arahan strategis, serta curahan ilmu pengetahuan yang telah menjadi fondasi utama dalam penyelesaian studi ini. Penghargaan juga penulis sampaikan kepada rekan-rekan Mahasiswa Universitas Noor Huda Mustofa¹ atas semangat kebersamaan, diskusi yang membangun, serta dukungan moral yang senantiasa mengiringi perjalanan akademik penulis. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan sistem administrasi kesehatan di masa depan

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, T., Wahdiyati, D. D., & Rahman, N. N. (2025). Analisis Engagement Rate Pada Konten Video di Akun Tiktok Grup Idol Virtual Plave @plave official. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7(33), 1–15. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%.2265>
- Bahrudin, & Arif, T. (2025). Medis Info : Keamanan Inovasi Kesehatan Digital sebagai Perwujudan Artificial Intelligence (AI) dalam Penyebaran Informasi Kesehatan. In *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah* (Vol. 10, Issue 1).
- Balqisyah Amirputri, P., Permatasari Almuhtadi, I., & Wahyuni Astuti, S. (2024). *Analisis Perbedaan Gender Dalam Hubungan Perceived Value Dan Information Search Pada Produk Fashion: Studi Pengguna Instagram & Tiktok* (Vol. 1).
- Bidmon, S., & Terlutter, R. (2015). Gender differences in searching for health information on the internet and the virtual patient-physician relationship in Germany: Exploratory results on how men and women differ and why. *Journal of Medical Internet Research*, 17(6), e156. <https://doi.org/10.2196/jmir.4127>
- Bintang Mustofa, R. A., & Sani, M. (2024). Efektivitas Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial Dalam Mendorong Perilaku Hidup Sehat Pada Remaja. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(3), 212–223. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.484>
- Febrianti, D., Sulaiman, Z., Mardhatillah, Said, S., Adri, K., & Ramalan, P. (2023). Implementasi Penggunaan Sosial Media dalam Program Promosi Kesehatan di Puskesmas Kota Enrekang. *MPPKI*, 6(4). <https://doi.org/10.31934/mppki.v2i3>
- Gumilar, H., Badriah, D. L., & Iswarawanti, D. N. (2024). Analisis faktor yang berhubungan dengan kepuasan pasien pelayanan rawat jalan di Puskesmas. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 15(02), 532–541. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v15i02.1451>
- Hanifah, L. N. (2022). *Efektivitas Official Account Instagram Rumah Sakit di Kabupaten Serang The Effectiveness of Hospital Instagram Accounts in Serang Regency in COVID-19 Health Promotion*.
- Hasrini, Pariati, Zulkarnain, Amira Maritsa, & Zahrawi Astrie Ahkam. (2022). Penggunaan Media Sosial (Instagram) dalam Promosi Kesehatan Gigi dan Mulut terhadap Peningkatan Pengetahuan pada Pasien Usia Sekolah tentang Kesehatan Gigi dan Mulut di Puskesmas Minasa Upa. *Jurnal Rumpun Ilmu Kesehatan*, 2(3), 247–255. <https://doi.org/10.55606/jrik.v2i3.4195>
- Irma Sahara, N., Halizasia Prodi Keperawatan, G., Bina Bangsa Getsempena Ferdi Riansyah Prodi Keperawatan, U., & Bina Bangsa Getsempena, U. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penanganan Stunting Di Puskesmas Kota Banda Aceh. In *TeJoS: Teewan Journal Solutions* (Vol. 1, Issue 1). Teewan Solutions. <http://teewanjournal.com/index.php/teekes>
- Kemenkes. (2023). Profil Kesehatan Indonesia.
- Ningsih, S., Gunawan, A., & Hindarto, D. (2024). Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Optimalisasi Penyebaran Informasi Institusi Pendidikan. *Community Development Journal*, 5(4), 6660–6664.
- Nur Indahsari, T., Wicaksono, D., & Puspitas Adriana, N. (2023). Keefektifan Media Tik-Tok Terhadap Peningkatan Pengetahuan Dan Sikap Tentang Personal Hygiene (Menstruasi)

- Pada Remaja Putri. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 4(3).
- Pandhika, D. A., Stiawati, T., & Jumiati, I. E. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi Kesehatan Rumah Sakit di Indonesia: Literature Review. *Faletehan Health Journal*, 10(2), 131–136. www.journal.lppm-stikesfa.ac.id/ojs/index.php/FHJ
- Pitaningrum, Y., Rahmat, B., Ermawan, R., Indrayana, Y., & Putra, M. (2023). Optimalisasi Media Sosial Dari Hulu Ke Hilir Untuk Kampanye Kesehatan. *Jurnal Pengabdian Magister IPA*, 6, 439–443. <https://doi.org/10.29303/jpmi.v6i1.4553>
- Qodariyah, Y., & Yuliaty, F. (2025). Efektifitas Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Digital di Klinik Ash-ShiddiQ Ciwalen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 1, 27072716.
- Ridwan, M., Syarifah, U., Nasution, Y. A., & Purba, H. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Rawat Inap: Studi Literatur. In *Indonesian Journal of Health Science* (Vol. 4, Issue 4).
- Rika Rahayu, Irawan Danismaya, & Arfatul Makiyah. (2024). Pengaruh Edukasi Media Platform Tiktok Terhadap Pengetahuan Penderita Hipertensi di Wilayah Kerja Puskesmas Cireunghas. *Jurnal Ventilator*, 2(1), 215–226. <https://doi.org/10.59680/ventilator.v2i1.996>
- Risal, & Rahmawati, F. N. (2025). Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Mempromosikan Fitness Melalui Tiktok: Studi Kasus Akun @Ade Rai. *JMA*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Rosini, R., & Nurningsih, S. (2018). Pemanfaatan media sosial untuk pencarian dan komunikasi informasi kesehatan. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 14(2), 226. <https://doi.org/10.22146/bip.33844>
- Rusly, N. F., & Rahmawati, F. N. (2025). Edukasi Kesehatan Reproduksi Dalam Format Digital: Gaya Komunikasi @Dokteramiraobgyn Di Platform Tiktok. *Jurnal Multidisiplin Indonesia (JOU MI)*, 3(2), 1–23. <https://doi.org/10.62007/joumi.v3i2.404>
- Trio Bagus Saputra, S., & Nurul Rakhmawati, F. (2025). Tiktok Sebagai Media Edukasi Kesehatan: Analisis Gaya Komunikasi Kesehatan Konten Dr. Detektif. *JMA*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Wahyuni, S., Arisani, G., Riani, & Hanipah. (2021). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Promosi Kesehatan. *Jurnal Forum Kesehatan : Media Publikasi Kesehatan Ilmiah*, 11(2). <http://ejournal.poltekkes-palangkaraya.ac.id/jfk/>
- We Are Social. (2024). *DIGITAL 2024 INDONESIA*.
- Widyastuti, N., Widjanarko, B., & Sakundarno Adi, M. (2018). *Analisis Pengaruh Dimensi*