

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE  
GERAKAN CUCI TANGAN WORLD HEALTH ORGANIZATION DI INDONESIA  
UNTUK PENCEGAHAN COVID**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi**



**Oleh:**

**Susana Afri Guyana**

**2017230075**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi  
MALANG**

**2022**

## **RINGKASAN**

Penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan *World Health Organization* Di Indonesia Untuk Pencegahan Covid”. Tujuan riset ini dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan *World Health Organization* di Indonesia untuk mencegah Covid19.

Riset ini menggunakan deskriptif kualitatif. Objek pada riset ini ialah mengkampanyekan mobilitas guna mencuci tangan oleh WHO di aplikasi Tiktok. Untuk mengumpulkan data ialah memakai dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis datanya menggunakan media digital analisis. Teknik keabsahan data adalah perpanjangan keikutsertaan dan ketekunan pengamat

Hasil penelitian ini adalah untuk keberhasilan mengkampanyekan mobilitas mencuci tangan yang dilakukan oleh WHO dalam menyampaikan informasi mengkampanyekan mobilitas mencuci tangan guna pencegahan Covid19 WHO memilih Tiktok Alasannya karena media sosial Tiktok dianggap lebih efektif dalam menjangkau masyarakat. Adapun pengukuran yang digunakan di Tiktok yaitu melihat dari jumlah *follower*, penonton serta jumlah like yang ada pada akun WHO Adapun faktor penghambat WHO dalam menyampaikan informasi mengenai Covid-19 melalui Tiktok Dukungan yang diberikan oleh masyarakat sangat dibutuhkan, kerjasama yang baik antara sesama pasti akan menciptakan harmonisasi yang baik dalam menjalankan sosialisasi melawan covid tersebut melalui media sosial Tiktok.

Kata Kunci : Media sosial, Tiktok, Covid-19

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Majunya teknologi membuat perubahan pada media yang sering digunakan oleh manusia untuk alat komunikasi untuk memberikan pesan, begitu juga dengan media yang mudah diakses dengan menggunakan internet. Fungsi dari medsos ialah berbagi pesan dengan pengguna lain yang berupa informasi, pesan singkat, foto, bukan video. Medsos bukan hanya bisa diakses di komputer saja, melainkan dengan keberadaan gadget, membuat kemudahan kepada masyarakat untuk selalu mengakses medsos secara mobile hal itu bisa digunakan kapan saja (Nuryanto,2012).

Semakin berkembangnya teknologi yang merajalela banyak perubahan yang terjadi terhadap kehidupan manusia entah itu social maupun tradisi. Berkembangnya sebuah teknologi merupakan bukti yang mudah untuk tetap memberikan akses informasi dimanapun sehingga dengan adanya smartphome membuat orang semakin mudah dan gampang untuk berkomunikasi satu antara lainnya (Widjajanto, 2008)

Medsos menarik siapa saja yang mau ikut andil untuk memberikan kontribusi dan timbal balik ber transparansi, berkomentar, dan juga men share informasi yang sifatnya urgent dalam kurun waktu yang singkat. Medsos masuk pada kategori kebutuhan manusia yang paling penting pada kehidupan masyarakat untuk alat informasi dan silaturahmi (Andra, 2018). Media sosial yang dibahas dalam penelitian ini yaitu aplikasi Tiktok, aplikasi Tiktok merupakan ialah medsos keluaran terbaru yang bisa saja penggunanya untuk membuat video, berbagi video yang apik. Pada Aplikasi tersebut membawa *special effects* yang membuat tertarik para penggunanya selain itu juga mudah untuk dioperasikan. Dengan kemudahannya membuat setiap pengguna dengan mudah membuat sebuah video yang keren-keren dan juga menarik untuk dilihat sehingga saat ini aplikasi ini banyak yang mendownload dan banyak pula penggunanya. (Nasrullah, 2018).

Aplikasi Tiktok adalah komunitas informal dan panggung video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini memungkinkan klien untuk membuat rekaman musik pendek mereka sendiri selama kuartal utama tahun 2018 Tiktok menyiapkan pondasi yang baik untuk dirinya sendiri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh di 45,8 beberapa kali. Jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti Youtube, WhatApps, Facebook Courier, dan Instagram. Banyaknya anak-anak dan orang dewasa yang membuat dan memposting rekaman menarik dan ekspresif di berbagai panggung hiburan berbasis web

membuat aplikasi Tiktok semakin populer dan populer. Orang yang menggunakan aplikasi "Tiktok" juga terkenal karena banyak orang yang membuka aplikasi Tiktok.

Aplikasi Tiktok diblokir pada 3 Juli 2018, Tiktok mulai terhambat di Indonesia, Layanan Korespondensi dan Data telah memeriksa aplikasi ini selama sebulan dan melacak bahwa akan ada banyak laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini. Pada 3 Juli, laporan yang mendekat tiba di 2.853 laporan. Seperti yang diungkapkan Pendeta Rudiantara, banyak sekali zat-zat negatif terutama untuk anak-anak. Namun dengan berbagai pertimbangan dan pedoman baru, pada Agustus 2018 aplikasi Tiktok sudah bisa diunduh kembali. Salah satu pedoman yang ditampilkan adalah batasan usia klien yaitu 11 tahun (Wisnu, 2018).

Terdapat 10 juta pengguna yang masih aktif di aplikasi Tiktok di Indonesia sedangkan penggunanya ialah kaum milenial, atau bisa dikatakan generasi Z. Di Antara regulasi yang sering dipermasalahkan ialah dari usia pengguna yang masih labil, yang mana usia 11 tahun. Dari data kuantitas penggunanya yang sudah 10 juta lebih yang mana para penggunanya anak-anak yang masih pelajar, tanpa dipungkiri bahwasannya tiktok masuk pada kategori aplikasi primadona, diminati para milenial, tiktok juga bisa dikelola menjadi media untuk study dan juga bisa digunakan sebuah kampanye yang interaktif, karena aplikasi yang dimaksud mudah dan ramah untuk digunakan dengan menawarkan konten-konten yang menarik dan juga luas, lebih muda lagi digunakan sebagai bahan kampanye sebagai pembelajaran (Dilon,2020).

Aplikasi Tiktok saat ini sangat disukai dan digemari oleh seluruh masyarakat Indonesia, mulai dari wali, lulusan perguruan tinggi, hingga anak kecil, aplikasi ini memberikan sesuatu yang baru dan menarik sehingga klien pasti dapat membuat rekaman singkat yang didukung oleh segudang musik. , menghasilkan eksekusi yang layak dan menarik. Aplikasi Tiktok juga dapat memungkinkan pengguna untuk menggunakan berbagai perangkat tambahan, serta suara ambient dari berbagai pengrajin terkenal di kelas yang berbeda dan hiasan lainnya yang dapat digunakan dalam sekejap, sehingga mereka dapat membuat video menarik dan memiliki nada yang sesuai. Video (Suryani, 2021). Aplikasi Tiktok dapat membantu siswa untuk terus berkomunikasi dan mengembangkan imajinasi mereka, karena tidak hanya melihat dan meniru, mereka juga dapat membuat rekaman dengan cara mereka sendiri. Selain itu, Tiktok harus dimungkinkan di mana saja sebagai pengganti latihan jarak dekat dan pribadi (Rasida, 2020).

Tiktok Web-based Entertainment sendiri memiliki dampak positif dan negatif dalam pemanfaatannya, dimana dampak positif yang didapat adalah munculnya rasa percaya diri dan perluasan imajinasi sambil melakukan terobosan-terobosan pemikiran saat membuat rekaman untuk ditransfer. Kemudian, pada saat itu, akibat buruknya adalah menjadi ketergantungan dan biasanya akan mengabaikan hal-hal lain yang lebih penting daripada mengakses hiburan virtual

Tiktok. Demikian juga, hal terbaru juga menjadi variabel dalam memperluas klien Tiktok di Indonesia (Rahardaya, 2021)

Aplikasi Tiktok tidak hanya memberikan pengalihan, namun juga sebagai media pembelajaran, misalnya pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media misi pencegahan penyebaran virus Corona. Untuk membantu otoritas publik dalam mencegah penyebaran virus corona, Indonesia melibatkan Tiktok sebagai media misinya. Dengan menyelesaikan misi subjek pengembangan cuci tangan, Tiktok adalah media yang kuat dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat umum tentang pentingnya tetap di rumah dan pentingnya melaksanakan konvensi kesejahteraan dengan mencuci tangan sebagai struktur substansial yang ditambahkan Tiktok Indonesia ke kesehatan fakultas umum dan klinis Indonesia diperkenalkan melalui zat tertentu. , ringan dan mudah diproses dan bermanfaat untuk klien Tiktok di Indonesia (Suryani, 2021).

Kerangka waktu pandemi yang sedang berlangsung membuat latihan eksternal menjadi terhambat atau bahkan terhenti. Olahraga yang umumnya dilakukan oleh sahabat dan anggota keluarga harus ditunda hingga pandemi virus corona selesai. Sistem pendidikan dan pembelajaran dan pekerjaan telah berubah menjadi online, sehingga latihan atau latihan di luar rumah benar-benar dibatasi oleh otoritas publik jika tidak terlalu signifikan. Jumlah kasus virus Corona yang terus meningkat secara konsisten telah membuat World Wellbeing Association atau WHO (World Wellbeing Association) mengeluarkan strategi agar semua negara melakukan social distancing atau pemisahan fisik, termasuk menjalankan pola hidup yang kokoh, seperti makan makanan bergizi, berolahraga, terus memakai penutup, berurusan dengan diri sendiri. jarak, bersihkan terus-menerus (Wijayanto, 2012).

Dengan pemanfaatan Tik Tok yang saat ini menjadi mainstream masyarakat di Indonesia dapat menjadi media misi yang ideal dalam melobi pembangunan cuci tangan yang benar untuk memutus penularan infeksi virus Corona. pemilik akun. Bahkan WHO (World Wellbeing Association) melobi pengembangan cuci tangan kanan kepada individu di seluruh planet ini melalui berbagai media, mengingat melalui hiburan virtual untuk Indonesia dimana Tiktok berubah menjadi masyarakat mainstream, menjadi wahana WHO (World Wellbeing Association). Wellbeing Association) untuk melobi pengembangan cuci tangan kanan. sesering yang benar-benar bisa diharapkan. Perjuangan WHO (World Wellbeing Association) di Tiktok menggunakan tantangan #safe hands diikuti oleh pembuat Tiktok di seluruh dunia, meskipun mungkin tidak semua pembuat memusatkan perhatian pada pesan misi ini, karena dalam

hiburan virtual ini juga ada banyak pembeli yang mengambil bagian dalam menciptakan senang dengan hashtags. Tantangan #safe hands untuk melacak preferensi dan penggemar tambahan (Hasiholan, 2020).

Beberapa negara secara serius mengarahkan upaya kesehatan Covid-19 melalui media online. Tinjauan dan upaya kesehatan di Amerika Serikat diselesaikan dengan menggunakan aplikasi hiburan berbasis web Tiktok yang muncul sebagai promosi. Pelanggan Tiktok dipersilakan untuk terus-menerus memahami upaya kesehatan serta berpartisipasi dalam tinjauan pemahaman misi yang terkait dengan Covid-19. Hasilnya adalah lebih banyak wanita akan mengambil dan menyelesaikan studi ini sejauh mungkin daripada pria. Tidak hanya misi, gerakan ini juga merupakan metodologi yang menarik dan efektif untuk mengumpulkan informasi skala publik tentang Covid-19 dalam jangka waktu yang singkat. Informasi ini diharapkan dapat menjadi kontribusi untuk menilai pelaksanaan penanganan dan surat menyurat di daerah yang terkait dengan Covid-19 atau kasus darurat kesehatan lainnya. (Ali, 2020).

Serangkaian "sebuah rangkaian kegiatan korespondensi yang diatur yang sepenuhnya bertujuan untuk membuat dampak khusus pada banyak orang yang diselesaikan terus-menerus selama jangka waktu tertentu. Misi yang layak harus diatur dengan hati-hati sehingga orang yang melihat atau menonton video dapat memahaminya. (Adityawan. 2015). Kampanye komunikasi adalah demonstrasi korespondensi yang dilakukan pada jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Perang salib korespondensi diharapkan berdampak pada wilayah lokal yang lebih luas untuk mengubah cara berperilaku atau berpikir tentang wilayah lokal. (Wulandari,2019). Teknik misi yang baik harus memiliki tujuan yang positif dan memikat, oleh karena itu penting untuk menjamin bahwa siklus korespondensi dalam misi harus berjalan dengan baik dan menghasilkan hasil yang maksimal. Agar target misi berjalan dengan asumsi yang ideal, penting untuk membuat pengaturan yang luar biasa sehingga misi dapat tersebar luas ke daerah setempat dan juga dapat diterima secara umum secara lokal. (Wahid,2016).



**Gambar 1. Kampanye Gerakan Cuci Tangan WHO**

*Sumber:* Tiktok

Mengingat program WHO (World Wellbeing Association), yang merupakan Wellbeing Association di bawah dukungan Unified Countries, memberikan himbauan untuk mencegah penularan Covid, khususnya mencuci tangan dengan benar sesering mungkin, melaksanakan pemisahan sosial, berusaha untuk tidak menyentuh mata, hidung dan mulut, mengamati pedoman terisak dan meretas. sah, jika Anda mengalami demam, kejang, dan kesulitan bernapas, segera cari pertimbangan klinis. Dalam menjalankan mandat WHO (World Wellbeing Association) untuk menghentikan penularan Covid, WHO melobi pengembangan cuci tangan dengan menunjukkan tagar yang tepat #safehands challenge kepada individu di seluruh planet ini melalui berbagai media, termasuk melalui hiburan virtual. Di Indonesia sekarang Tiktok berubah menjadi masyarakat yang benar-benar mainstream, dengan memanfaatkan hiburan berbasis web di mana-mana Tiktok dapat menjadi kendaraan bagi WHO (World Wellbeing Association) untuk melobi pengembangan cuci tangan kanan sesering mungkin. (Hasiholan, 2020).

Pada kampanye gerakan mencuci tangan di Tiktok tentunya *WHO (World Health Organization)* membuat akun official untuk melakukan kampanye, nama akun *WHO (World Health Organization)* di aplikasi Tiktok adalah @WHO.Video kampanye yang di unggah oleh WHO pada aplikasi Tiktok ada 3 masing-masing dari Video tersebut memperoleh jumlah like, komentar dan juga jumlah penonton yang berbeda Video yang pertama ini diutarakan oleh seseorang dengan judul *#Safehands challenge and show us how you practice #handhygieneto be safe from #coronavirus let's fight Covid-19 together* sudah di like oleh para pengguna Tik

Tok sebanyak 232,9 K kali dan dikomentari sebanyak 1671 komentar serta dishare sebanyak 7660 kali, Video kampanye yang ke-2 ini diutarakan oleh Alisson dengan judul *#Safehands challenge* Video ini memperoleh jumlah like 239,8 K dan dikomentari dengan jumlah 1427 serta dibagikan oleh orang sebanyak 2514 sedangkan Video yang ketiga diutarakan oleh Dr Natalia dengan judul *#Safehands challenge* memperoleh jumlah like 230,8K komentar dengan jumlah 1116 serta dibagikan dengan jumlah 2800 K isi dari Video yang dibagikan oleh WHO ini merupakan cara mencuci tangan yang benar untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 alasan memilih 3 Video tersebut adalah karena dalam akun WHO hanya ada 3 Video tentang kampanye gerakan cuci tangan. Kampanye yang menggunakan hastag *#safehands challenge* ini sudah digunakan oleh ribuan *creator* di seluruh dunia. Misi, yang menggunakan tagar *#safehands challenge*, telah digunakan oleh banyak pembeli di seluruh dunia. Misi yang dimulai oleh WHO (World Wellbeing Association) ini diikuti oleh pembuatnya dengan membuat konten video tentang teknik cuci tangan kanan dengan adaptasi masing-masing, namun mereka menambahkan tagar *#safehands challenge*. Pada review kali ini saya menggunakan model *crusade* Nowak dan Warneyrd, penjelasannya model ini sesuai dengan judul yang saya pilih. Selain itu model misi ini juga merupakan gambaran dari model misi konvensional, dalam model ini siklus misi dimulai dari tujuan yang ingin dicapai dan diakhiri dengan dampak yang ideal. ingin.

Tiktok yang kini menjadi *mainstream* masyarakat di Indonesia, telah berubah menjadi mekanisme yang signifikan untuk menyelesaikan misi cuci tangan yang sah oleh WHO (World Wellbeing Association) selama pandemi virus corona yang sedang berlangsung. Pada awalnya WHO (World Wellbeing Association) memberikan varian video WHO (World Wellbeing Association) yang berlangsung sekitar 1 saat dengan hashtag *#safehands challenge*, pemanfaatan hashtags dan challenge jargon yang menjadi pola belakangan ini, membuat para pembuat memproduksi video konten di Tiktok.. Terkait percepatan penanganan virus corona, video atau media umum bisa menjadi salah satu cara untuk memberikan penyuluhan kepada masyarakat luas selama masa pandemi. Media umum atau media video dipilih karena selain memperkenalkan cara yang sukses dalam jangka waktu yang sangat singkat, data atau pesan yang didapat juga akan bertahan lebih lama dan mudah diingat, misi yang dilakukan oleh WHO (World Wellbeing Association) diterapkan pada Tiktok di FYP (For Your Page) ) sehingga banyak orang yang melihat misi pengembangan cuci tangan dan latihan untuk mencegah penyebaran wabah Coronavirus melalui hiburan virtual mendapat reaksi positif dari daerah setempat. Publik mengungkapkan dengan adanya infografis dan rekaman yang dibagikan



melalui hiburan virtual berubah menjadi diskusi untuk berbagi informasi dan perdagangan data terkait virus Corona agar terhindar dari dampak virus Corona. Hal ini sekaligus memberikan reaksi bahwa dalam situasi pandemi virus Corona, banyak ilustrasi yang didapat dari pelatihan konten infografis dan video yang disampaikan pada hiburan virtual kita agar kita terhindar dari virus Corona. Alasan mencuci tangan adalah untuk membuang mikroorganisme yang tidak kekal yang mungkin ditularkan kepada orang lain. Setiap orang mungkin dapat menularkan mikroorganisme sehingga kebiasaan mencuci tangan harus dilakukan oleh setiap orang. Pencegahan penyebaran Virus Corona di tempat-tempat di siang hari bolong sangat penting karena semua orang dapat menyebarkan mikroorganisme ini. (Berman, 2019).

Perjuangan korespondensi untuk pengembangan cuci tangan di Indonesia sangat mendasar, meskipun sangat mudah dilakukan, lucunya, mencuci tangan sering diabaikan oleh banyak orang karena berbagai faktor meskipun kecenderungan yang kuat dapat melindungi kita dari mikroba yang membuat penyakit yang menempel di tangan kita, cuci tangan adalah salah satu kegiatan sederhana untuk mencegah penyebaran penyakit, namun kewaspadaan terbuka dalam memutus mata rantai penyebaran virus corona masih sangat rendah. Eksekusi misi sangat mendesak pada penyesuaian sikap, dengan cara ini perang korespondensi adalah pekerjaan yang bertujuan untuk memberikan data, meyakinkan dan memacu perubahan dalam cara berperilaku kelompok kepentingan yang ideal pada umumnya. (Rikayanti, 2014).

Sebab itulah perlunya untuk di riset lebih dalam terkait efektivitas program kampanye protokol kesehatan mencuci tangan untuk mengurangi resiko penyebaran Covid-19 maka peneliti tertarik untuk menggunakan riset dengan judul **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN WORLD HEALTH ORGANIZATION DI INDONESIA UNTUK PENCEGAHAN COVID”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari pemaparan latar belakang terdapat rumusan masalah ialah bagaimana pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan *World Health Organization* di Indonesia untuk pencegahan Covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Riset ini mempunyai tujuan tertentu yang mana untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan *World Health Organization* Di Indonesia untuk pencegahan Covid-19.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Harapannya riset berikut bisa mempertambah ilmu pengetahuan dan memperbanyak bacaan yang mengenai pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan *World Health Organization* di Indonesia untuk pencegahan Covid-19.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya terkait dengan memanfaatkan medsos Tiktok sebagai upaya penyebaran gerakan cuci tangan *World Health Organization* di Indonesia Untuk Pencegahan Covid-19.

#### b. Bagi Masyarakat

Harapannya bisa menambah wawasan serta pengetahuan masyarakat yang berkaitan atas pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan *World Health Organization* di Indonesia untuk pencegahan Covid-19.

#### c. Bagi Peneliti selanjutnya

Riset ini harapannya buat bahan referensi dan wacana untuk riset yang lain akan melakukan penelitian dengan topik atau tema yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, oki. 2015. *Visualisasi Kampanye Kesehatan Remaja Dalam Media Cetak*. *Jurnal Sketsa*, 2(1).
- Aji Wisnu Nugroho. 2018. *Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*. In *Prosiding Seminar Nasional*
- Andra, Ignatia. 2018. "Main Aplikasi Tiktok di Depan Jenazah, Aksi Remaja yang Viral Ini Tuai Kritik Netizen" [internet]. [Diunduh 2018 Feb 14]. Tersedia pada : <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2018/03/12/main-aplikasi-tik-tok-di-depan-jenazah-aksiremaja-yang-viral-ini-tuai-kritik-netizen>.
- Andriyansyah, Fahrudin.,& Margarettha Valeriel. 2021. *Kampanye Pentingnya Himbauan Mencuci Tangan Melalui Media Pamflet di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(4), 294-299.
- Ananda, Risky and Hanny Maria Caesarina. 2021. "The awareness-raising program on how to wash hands properly as an effort to prevent the spread of covid-19 in tatah belayung." *Prosiding Pengembangan Masyarakat Mandiri Berkemajuan Muhammadiyah (Bamara-Mu)* 1.1: 526-532.
- Apriansyah, Muhammad Ridwan. 2020" *Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.*" *Jurnal Pensil: Pendidikan Teknik Sipil* 9.1 9-18.
- Apriany, Dyna. 2012. "Perbedaan perilaku mencuci tangan sebelum dan sesudah diberikan pendidikan kesehatan pada anak usia 4-5 tahun." *Jurnal keperawatan soedirman* 7.2: 60-66.
- Atika Suri & Irwansyah. 2021. *Kampanye Kesehatan Covid 19 Di Media Sosial Dalam Perspektif Interaksionisme Simbolik*. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 6 (2), Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat, Indonesia
- Agustini, Ni Wayan Eva. 2021. "Analisis Video Share to Followers Ratio Tiktok Pada 5 Brand Skin Care Lokal Indonesia Terlaris"
- Beer David& Gane Nicolas. 2008. *New Media, The Key Concepts*. New York: Berg.

- Berman Audrey. 2019. Kozier & Erb Buku Ajar Praktik *Keperawatan Klinis Edisi 5*. Jakarta : EGC
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Dinda, Rizky Hayati. 2021. *Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis* (Doctoral dissertation, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Dilon. 2020. *Tiktok influences on teenagers and young adults students: the common usages of the application tiktok*. American Scientific Research Journal for Engineering, Technologi, and Sciences (ASRJETS),68(1), 123-142
- Dharma, Alexander Arie Sanata, and Azhar Kasim. 2021. *Infodemi Covid-19 dalam Perspektif Open Government: Sebuah Tinjauan Literatur*. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 105-125.
- Faradilla, Amelia, Melva Zainil, and Cici Sumiati. 2021. “*Peningkatan Hasil Belajar Penyajian Data Menggunakan Model Project Based Learning (PJBL) di Kelas IV SD Negeri 20 Indarung Kota Padang*”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3255-3267.
- Fahrina, Afrillia, Karla Amelia, and Cut Rita Zahara, eds. 2020. *Minda Guru Indonesia: Pandemi Corona, Disrupsi Pendidikan, dan Kreativitas Guru* (Vol. 153). Syiah Kuala University Press.
- Gregory. 2014. *Public Relation dalam Praktik*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Hasiholan, Togi Prima, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Mencegah Covid-19." *CommuniVerse: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5.2: 70-80.
- Hakim, Pratiwi Rahmah. 2014. “*Pengaruh Penggunaan Multimedia Interaktif dan Video Terhadap Prestasi Belajar Ipa Kelas V Ditinjau dari Motivasi Belajar di SD Negeri Kecamatan Sukoharjo*. Diss. UNS (Sebelas Maret University).
- Handrianto, Handrianto. 2016. “*Pengembangan video pembelajaran interaktif model inkuiri terbimbing terhadap kemampuan berpikir kritis dan hasil belajar fisika ditinjau dari pengetahuan awal peserta didik*” . Diss. Universitas mataram.
- Ibrahim. 2020. *Bencana Virus Corona melalui Sosialisasi pada Anak Usia Dini pada Desa Rempek Kecamatan Seteluk Sumbawa Barat*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* , 191-195
- Johari. 2014. *penerapan media Video dan animasi pada materi memvakum dan mengisi refrigeran terhadap hasil belajar siswa*. *Journal of Mechanical Engineering Education*, 8–15. Retrieved from <https://ejournal.upi.edu/index.php/article/view/3731>

- Kartono, Gamal. 2014. Poster Medan Unimed Press
- Kusuma, P. W. 2020. Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia, <https://tekno.kompas.com/read/2020>.
- La Masi , Muhammad Sudia, Salim, Rahmad Prajono , Sitti Sarina. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Pencegahan Meluasnya Wabah Covid - 19 Dikalangan Pelajar*. Vol.1 (3). Jurusan Pendidikan Matematika, Universitas Halu Oleo. Jl. HEA Mokodompit, Kampus Hijau Tridharma Andounohu Kendari.
- Lesmana, 2012. Definisi Media Sosial. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Liliweri Alo, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana MediaGroup
- Limah, Hutri. dkk. 2018. *Poster Upaya Mempertahankan Kemerdekaan Indonesia di Yogyakarta Tahun 1945-1949* . Journal Of Indonesia History, 7 (1), 35-44.
- Luisandrih Desella Rasida&YanuartutiSetyo 2020. InterdisiplinPembelajaran Seni Tari Melalui Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak. *Jurnal Seni Tari*, Vol 9(2), 175-180.
- Luckson, Zvobgo, and Pierre Do. 2020. COVID-19 and the call for 'Safe Hands': Challenges facing the under-resourced municipalities that lack potable water access-A case study of Chitungwiza municipality, Zimbabwe. *Water Research X*, 9, 100074.
- Mauludia, Mia. 2021. *Analisis Penggunaan Masker di Masa Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa Keperawatan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Marwan, Sri Handayani. 2021 "*Tantangan dan Peluang Generasi Milenial Era Pandemi*".
- Moleong, Lexy 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir. 2014. Pengertian Media Pembelajaran. *Multimedia Konsep & Aplikasi Dalam Pendidikan*, 58. Retrieved from <https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>
- Mufidah, Rifa and Alfi Mufidah. 2021. "*Aplikasi Tik-Tok dan Instagram sebagai Salah Satu Alternatif dalam Media Pembelajaran IPA*." *PISCES: Proceeding of Integrative Science Education Seminar*. Vol. 1. No. 1st AVES.
- Nasrullah, R. 2018. *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nuryanto, Hery 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: Balai Pustaka

- Prima, Togi Hasiholan, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid. 2020. *Utilization Of Tok Tik As Media Campaign Movement Of Washes In Indonesia For Prevention Of Spread Of Virus Covid-19*. *Metakom*, 4(1), 59-72.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Purwati. 2015. *Pengembangan Media Video Pembelajaran Matematika dengan Model Assure*. *Jurnal Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan*, 42–47. Retrieved from [http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jm\\_kpp/article/view/2194](http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jm_kpp/article/view/2194)
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rayandra, 2012. *Kreatif Mengembangkan Media Pembelajaran*. Jakarta : Referensi
- Rahardaya, Astrid Kusuma. 2021 *Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS 3.2 (2021): 308-319*.
- Rice, Ronald. 2001. *Public Communication Campaign*. London: Sage
- Rikayanti, Kadeh Herna. 2014. *Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Perilaku Mencuci Tangan Petugas Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah Badung tahun 2013*. Artikel penelitian community health. Vol.2 (1) ; Hal. 21-31.
- Rukiah, Yayah. 2016. *Kajian Estetika Poster Tadanori Yokoo–1965*. *Jurnal Desain*, 3(03), 198-212.
- Ruslan. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Rohmah, Nurliya Ni'matul. 2020. "*Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification)*." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4.1: 1-16.
- Safitri, Anggi Aldila, Anissa Rahmadhany, and Irwansyah Irwansyah. .2021. "*Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial*". *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1-9.
- Sarkadi, Sarkadi, Villiyanda Vidanti, and Herlin Widya Astuti. 2021. *Pemanfaatan Video Sosialisasi Protokol Kesehatan untuk Meningkatkan Disiplin Masyarakat*. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 218-223.

- Setiawati, Eka. 2021. Hand Hygiene dalam Menerapkan Perilaku Hidup Sehat Pada Anak Usia 4-5 Tahun. In *Proceeding International Conference of Innovation Science, Technology, Education, Children and Health* (Vol. 1, No. 1).
- Siti, Muyasaroh and Sos. 2013. "Kampanye perubahan sosial (Kesadaran Masyarakat, Aspek Perubahan Kognitif dan Prilaku)." *Jurnal Heritage* 2.1: 17-38.
- Sri Maywati. 2021. "Penerapan adaptasi kebiasaan baru dalam mencegah penularan covid-19 di sekolah dasar kec. manonjaya kab. tasikmalaya." *pena abdimas* 2.1.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaina. 2013. *Mengenal Kampanye Komunikasi*. *Jurnal Wardah*, Vol 26 (14)
- Suryani Ita, Zulfikri Akhmad, Wulan Muhariani 2021. *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Kampanye Untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19. J-IKA*, Vol 8(1), 93-101.
- Susilana , Rudi dan Riyana. 2009. *Media Pembelajaran Hakikat Pengembangan Pemanfaatan dan Penilaian* . Bandung : CV. Wacana Prima
- Taubah, Miftachul. 2020. "Aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran maharah kalam." *Jurnal Mu'allim* 2.1 57-65.
- Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, Antar, 2016. *Manajemen Kampanye*,. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widiastuti, Nela. 2020. *Strategi Kampanye Public Relations "Di Rumah Aja" Oleh Pemerintah Republik Indonesia Selama Wabah Covid-19. Visioner*, 2(2 Desember), 275-287.
- Wijayanto, F. 2012. *Social Media: Definisi, Fungsi, Karakteristik*. Prezi. [https://prezi.com/vddmcub\\_-ss\\_/socialmedia-definisi-fungsikarakteristik/?fallback=1](https://prezi.com/vddmcub_-ss_/socialmedia-definisi-fungsikarakteristik/?fallback=1)
- Widjajanto, Nugroho. 2008. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Erlangga, PT Gelora Aksara Pratama
- Winarni, Selo. 2021. "Pengaruh Iklan Instagram dan Tiktok Terhadap Eksistensi Pelanggan Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19 Di Yogyakarta." *Prima Ekonomika* 12.2: 60-77.
- Wulandari. 2019. *Pengaruh Kampanye Komunikasi pada Gerakan Bogoh KA Bogor terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Bogor Tengah)*. *Jurnal APIK*, Vol 1 (2)
- Yehezkiel Sitinjak. 2020. *Relevan dan Menyenangkan, Tiktok Tumbuh di Masa Covid-19*. Theiconomics.Com.