

ANALISIS RESEPSI AUDIENS TIKTOK TERHADAP KONTEN EDUTAINMENT DOKTER TIRTA

Muhammad Lintang Adriansyah¹, Willy Purna Samadhi², Abdul Malik Siregar³, Ummanah⁴

Universitas Esa Unggul^{1,2,3,4}

lintangadriansyah@gmail.com¹, willy.purna@esaunggul.ac.id²,
abdul.malik@esaunggul.ac.id³, ummanah@esaunggul.ac.id⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pemaknaan audiens terhadap gaya komunikasi Dokter Tirta di TikTok yang provokatif dan blak-blakan menggunakan pendekatan Teori Analisis Resepsi Stuart Hall. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan unit analisis audiens TikTok. Menganalisis teori dilakukan melalui teknik wawancara mendalam terhadap informan pengguna aktif yang terpapar algoritma *For Your Page* (FYP), didukung observasi data sekunder pada kolom komentar. Teknik analisis data menerapkan model interaktif Miles yang meliputi tahap kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton secara aktif mencerna pesan menghasilkan tiga posisi pemaknaan. Pertama, pada posisi Dominan, audiens menyetujui gaya "ngegas" sebagai strategi teguran yang efektif. Kedua, pada posisi Negosiasi, audiens menerima manfaat informasi medisnya namun mengkritik cara penyampaiannya yang dinilai kurang sopan. Ketiga, pada posisi Oposisi, audiens menolak keras konten tersebut karena gaya komunikasi bernada tinggi dinilai melanggar etika profesi kedokteran (*Officium Nobile*). Kesimpulannya, strategi edukasi kasual ini terbukti sukses mendorong penonton untuk hidup lebih sehat, namun secara bersamaan memicu perdebatan terkait batasan etika profesional medis di ruang digital. Berdasarkan temuan tersebut, direkomendasikan bagi kreator konten tenaga medis untuk tetap memprioritaskan keakuratan fakta medis agar tidak melanggar kode etik, serta bagi audiens agar lebih kritis dalam menyaring esensi ilmu kesehatan.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Dokter Tirta, TikTok, Komunikasi Kesehatan, Pemaknaan Audiens.

ABSTRACT

This study aims to analyze audience meaning - making of Dr. Tirta's provocative and blunt communication style on TikTok using Stuart Hall's Reception Analysis theory. The research method uses a qualitative approach with TikTok audiences as the unit of analysis. Primary data collection was conducted through in-depth interviews with active user informants exposed to the For Your Page (FYP) algorithm, supported by secondary data observation in the comments section. The data analysis technique applied Miles's interactive model, which includes data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that viewers actively digest messages, resulting in three reading positions. First, in the

Dominant position, the audience agrees with the blunt style as an effective reprimand strategy. Second, in the Negotiated position, the audience receives the benefits of the medical information but criticizes the delivery style, which is considered impolite. Third, in the Oppositional position, the audience strongly rejects the content because the high-pitched communication style is deemed to violate the medical professional ethics (Officium Nobile). In conclusion, this casual educational strategy has proven successful in encouraging viewers to adopt healthier lifestyles, but simultaneously triggers debate regarding the ethical boundaries of medical professionals in the digital space. Based on these findings, it is recommended for medical content creators to prioritize the accuracy of medical facts to avoid violating the code of ethics, and for audiences to be more critical in filtering the essence of health knowledge.

Keywords: Reception Analysis, Dr. Tirta, TikTok, Health Communication, Audience Meaning.

A. PENDAHULUAN

Saat ini media sosial sudah biasa digunakan orang sebagai sarana utama untuk mencari berbagai macam informasi. Informasi penting mengenai kesehatan yang dulunya hanya bisa didapatkan secara formal melalui rumah sakit atau puskesmas juga banyak disebarkan dan dikonsumsi melalui media sosial. Perubahan cara masyarakat dalam mencari info kesehatan ini, atau yang sering disebut sebagai *digital health seeking behavior*, memaksa para tenaga medis untuk tidak lagi hanya diam menunggu di ruangnya saja, melainkan harus mulai aktif melakukan diseminasi informasi di internet (Hasyim, 2024).

Hal ini dilakukan agar informasi kesehatan yang benar tidak kalah saing dengan berita bohong atau hoaks yang masih menjadi ancaman serius dalam literasi kesehatan digital di Indonesia (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023). Salah satu aplikasi video pendek yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah TikTok. Indonesia kini menjadi negara nomor 1 di dunia sebagai pengguna terbesar dengan jumlah 180,11 juta pengguna aplikasi TikTok berdasarkan data bulan Oktober 2025 (We Are Social, 2026). Aplikasi TikTok ini mempunyai keunikan tersendiri karena sistemnya bisa membuat sebuah video mendadak ditonton oleh jutaan orang meskipun mereka tidak mengikuti akun tersebut, dan kejadian seperti itu biasa disebut dengan *FYP (For Your Page)*.

Permasalahan mulai muncul ketika para tenaga kesehatan atau dokter mulai masuk ke dunia TikTok, karena sebagai seorang profesional, mereka memiliki aturan profesi dan etika kedokteran yang mengharuskan mereka untuk tetap tampil sopan serta menjaga kepercayaan masyarakat. Tantangan terbesarnya bagi seorang dokter di era digital adalah bagaimana caranya

supaya mereka bisa tetap memberikan penjelasan medis yang benar secara ilmiah, tapi di saat yang sama harus dikemas dengan cara yang seru dan menarik supaya orang tidak merasa bosan atau langsung mengabaikan informasi yang ia sampaikan. Kondisi tersebut akhirnya memunculkan kebingungan atau dilema tersendiri, di mana ada tuntutan bagi seorang dokter untuk tetap terlihat pintar dan profesional, tapi di saat yang sama mereka juga dituntut harus terlihat santai dan menghibur supaya kontennya bisa viral.

Di tengah masalah tersebut, muncul sosok Dokter Tirta Mandira Hudhi atau yang lebih dikenal luas sebagai Dokter Tirta, memiliki cara berkomunikasi yang sangat berbeda dan tergolong berani jika dibandingkan dengan dokter-dokter lain pada umumnya. Ia memanfaatkan akun TikTok miliknya yang bernama @tirtacipeng, untuk berbicara secara langsung tanpa basa-basi, ia sering kali menggunakan bahasa sehari-hari yang cukup keras, bahkan ia sering terlihat seperti sedang marah-marah atau meledak-ledak dalam video edukasinya. Gaya bicara “ngegas” ini sebenarnya bukan karakter asli, melainkan hasil dari pengalaman pahit Dokter Tirta di lapangan di mana saat ia mempraktikkan gaya yang santun dan berpenampilan rapi, respons masyarakat justru mengecewakan dan bosan (Deddy Corbuzier, 2020).

Karena merasa cara halus tersebut gagal, Dokter Tirta akhirnya memutuskan untuk mengambil langkah nekat () mengubah gayanya menjadi keras dan blak-blakan. Namun, keberaniannya dalam merubah cara lama dokter berkomunikasi ini justru memancing perdebatan yang sangat luas di kalangan pengguna internet *gambling*. Ditemukan bahwa penggunaan gaya komunikasi yang cair dan relevan dengan tren anak muda (Generasi Z) terbukti efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi kesehatan (Annand & Destiwati, 2025). Dalam konteks ini, Dokter Tirta berhasil menggabungkan edukasi medis yang serius dengan unsur menghibur (humor/slang) untuk memangkas jarak komunikasi.

Profesi dokter di Indonesia selama ini selalu dianggap sebagai profesi yang sangat suci, kaku, dan penuh dengan batasan etika yang sangat ketat baik di dalam maupun di luar rumah sakit. Pandangan ini berakar pada status dokter sebagai *Officium Nobile* atau profesi mulia. Tantangan terhadap etika tradisional ini semakin nyata dengan munculnya Etika Dokter dalam Bermedia Sosial (Majelis Kehormatan Etika Kedokteran, 2021). TikTok memiliki fitur unik *FYP* di mana sebuah video bisa meledak dan ditonton oleh siapa saja tanpa peduli apakah orang tersebut mengerti konteksnya atau tidak. Peneliti melihat bahwa teknologi algoritma ini secara

tidak langsung ikut membentuk bagaimana masyarakat menilai perilaku seorang dokter.

Dilihat dari sisi ilmu komunikasi, fenomena ini merupakan contoh nyata bagaimana sebuah kekuasaan atau otoritas medis tidak lagi bersifat satu arah, melainkan bisa didebat secara terbuka oleh siapa saja di kolom komentar. Untuk meneliti masalah ini secara mendalam, peneliti menggunakan Teori Resepsi Stuart Hall (1973) yang secara khusus membahas tentang bagaimana sebuah pesan tidak memiliki makna tunggal yang mutlak, melainkan sangat bergantung pada cara penonton mengartikan atau membongkar pesan tersebut berdasarkan latar belakang pengalaman hidup dan budaya mereka sendiri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami proses pembentukan citra diri digital Dokter Tirta melalui konten TikTok, mendeskripsikan cara *audiens* mengolah dan memberikan makna terhadap gaya komunikasi Dokter Tirta yang tidak biasa, serta memetakan pemaknaan atau resepsi *audiens* ke dalam tiga kategori posisi Stuart Hall (Dominan, Negosiasi, dan Oposisi).

B. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu dan *State of the Art*

Penelitian ini disusun dengan merujuk pada perkembangan kajian terdahulu. Suhartanto dan Tsurayya (2022) mengungkapkan bahwa pesan edukasi kesehatan yang disampaikan oleh Dokter Tirta melalui media sosial Instagram memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perubahan pola hidup sehat pengikutnya. Penelitian Indrawan dan Azeharie (2022) menemukan bahwa gaya komunikasi Dokter Tirta di TikTok sangat khas dengan dominasi verbal yang tegas, lugas, dan cenderung "ngegas", sangat berbeda dengan dokter lain yang lebih lembut. Karmana (2022) menggunakan teori Stuart Hall untuk menemukan bahwa *audiens* tidak menerima pesan secara pasif, melainkan terbagi ke dalam posisi Dominan, Negosiasi, dan Oposisi terkait informasi vaksin Covid-19. Yudistira, dkk. (2024) menemukan adanya hubungan positif antara intensitas menonton konten TikTok Dokter Tirta dengan kesadaran kesehatan mahasiswa. Sementara Ridho (2024) membuktikan bahwa Generasi Z lebih mudah menerima informasi kesehatan yang dikemas dengan gaya santai (*edutainment*) dibanding gaya formal.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada konteksnya penelitian ini tidak membahas isu vaksin di Instagram yang berbasis *followers*, melainkan membedah resepsi terhadap strategi

edutainment di TikTok yang berbasis algoritma *FYP*, di mana dinamika komentar *audiens* jauh lebih heterogen dan kritis terkait benturan etika profesi.

Teori Analisis Resepsi (Stuart Hall)

Teori Analisis Resepsi berakar dari esai seminal karya Stuart Hall (1973) berjudul "*Encoding and Decoding in the Television Discourse*". Hall mengkritik pendekatan model transmisi linear "Jarum Hipodermik" yang menganggap miskomunikasi sebagai kegagalan teknis. Sebaliknya, Hall berargumen bahwa komunikasi massa adalah sebuah sirkuit kompleks di mana audiens tidak lagi dipandang sebagai konsumen pasif, melainkan sebagai produsen makna yang aktif (*active meaning maker*).

Mekanisme sirkulasi makna membutuhkan prasarana agar dapat bekerja, yang terdiri dari tiga elemen utama: *Frameworks of Knowledge* (latar belakang budaya/pendidikan), *Relations of Production* (posisi kekuasaan), dan *Technical Infrastructure* (alat penyebar pesan). Proses encoding terjadi ketika Dokter Tirta mengemas pesan edukasi dengan kode wacana tertentu seperti nada bicara tinggi dan bahasa slang. Pesan tersebut masuk ke proses *decoding* di mana *audiens* menerjemahkannya kembali. Distorsi Sistematis (*Systematically Distorted Communication*) terjadi ketika kode "ngegas" komunikator tidak sejalan dengan kode "etika profesi luhur" audiens.

Hall mengklasifikasikan hasil decoding audiens ke dalam tiga posisi:

1. Posisi Dominan-Hegemonik (*Dominant-Hegemonic Position*) Audiens menerima pesan sepenuhnya sesuai makna yang dikehendaki komunikator, menganggap gaya tersebut wajar dan edukatif.
2. Posisi Negosiasi (*Negotiated Position*) Audiens menerima pesan utama namun menolak cara penyampaian secara spesifik. Mereka mengakui kebenaran informasi namun mengkritik caranya yang kasar.
3. Posisi Oposisi (*Oppositional Position*) Audiens memahami maksud komunikator namun menolaknya karena menggunakan ideologi alternatif yang bertentangan, menganggapnya sebagai pelanggaran etika.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini berpandangan

bahwa makna tidak jatuh dari langit, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial dan norma budaya, sehingga selaras dengan Teori Analisis Resepsi yang menempatkan audiens sebagai pencipta makna. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan Analisis Resepsi, yang tidak hanya membedah konten melainkan interaksi antara penonton dan video tersebut.

Data primer didapatkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan 7 (tujuh) informan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Kriteria informan meliputi: Pengguna Aktif TikTok, Pernah Menonton Konten Dokter Tirta (periode Agustus 2025 - Januari 2026), Memiliki Ketertarikan pada Isu Kesehatan, dan Bersedia Diwawancarai. Data sekunder berupa arsip video digital TikTok, jejak digital *screenshots* komentar, studi pustaka, dan dokumen Kode Etik Kedokteran Indonesia (KODEKI).

Teknik pengumpulan data mengandalkan wawancara semi-terstruktur yang dikombinasikan dengan dokumentasi. Keabsahan data dijamin melalui Triangulasi Sumber (membandingkan hasil wawancara antar informan) dan *Member Checking* (mengonfirmasi rangkuman kepada informan). Teknik analisis data menerapkan model interaktif Miles (2014) yang meliputi tiga tahap: Kondensasi Data (*Data Condensation*), Penyajian Data (*Data Display*), serta Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal Mula Menemukan Konten dan Peran Algoritma FYP TikTok

Berdasarkan hasil observasi, platform TikTok memiliki jangkauan distribusi yang sangat masif. Mayoritas informan mengaku bahwa pada awalnya mereka tidak secara sengaja mencari akun Dokter Tirta. Algoritma *FYP* berhasil menyodorkan video edukasi yang biasanya identik dengan kesan kaku menjadi tontonan yang tidak sengaja ditemukan saat bersantai. Namun, alasan utama informan rela berhenti *scroll* adalah daya tarik dari gaya pembawaan videonya.

Kesan dan Reaksi Terhadap Gaya Komunikasi “ngegas” Dokter Tirta

Dokter Tirta sengaja menggunakan pendekatan komunikasi kasual, bahasa tongkrongan, dan intonasi yang menggebu-gebu. Mayoritas informan memberikan respons yang sangat positif, merasa gaya meledak-ledak ini menjadi kunci yang membuat mereka tidak mengantuk saat menonton. Informan memaknainya sebagai bentuk edukasi yang asik, tegas, dan bentuk kepedulian nyata dari seorang dokter. Gaya bahasa ini terbukti menjadi strategi jitu untuk menembus kebiasaan *scroll* netizen dan membuat materi berat menjadi ringan dicerna.

Dekonstruksi Simbol Medis: Pakaian Kasual vs Kepercayaan Penonton

Gaya blak-blakan dan pakaian kasual Dokter Tirta berbanding terbalik dengan citra dokter ideal. Namun, mayoritas informan sepakat bahwa atribut medis tidak mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka. Latar belakang pendidikan formal yang mumpuni (lulusan UGM dan ITB) menjadi jaminan terkuat di mata penonton. Meskipun begitu, di balik rasa percaya tersebut, informan tetap mengedepankan sikap kritis untuk melakukan *cross-check* ke sumber informasi lain.

Dampak Edukasi Terhadap Perubahan Kebiasaan Hidup Informan

Edukasi kesehatan Dokter Tirta memberikan pengaruh nyata dan beragam. Informan terdorong untuk menjadi individu yang lebih kritis dan selektif terhadap hoaks kesehatan di grup keluarga. Selain itu, dampak fisik juga dirasakan, di mana informan mulai mengurangi jajan minuman manis, mengatur pola makan, dan memperbaiki jam tidur, membuktikan bahwa edukasi media sosial berhasil diterapkan.

Pemetaan Posisi Resepsi Audiens (Stuart Hall)

Proses encoding oleh Dokter Tirta (gaya ngegas, pakaian kasual) direspons secara dinamis pada tahap decoding oleh audiens berdasarkan *frameworks of knowledge* masing-masing. Berdasarkan teori Stuart Hall, ditemukan tiga posisi pemaknaan

1. Posisi Dominan-Hegemonik (Penerimaan Penuh): Pemaknaan ini muncul ketika elemen visual kasual dan nada tinggi tidak direspons sebagai gangguan, melainkan strategi edukasi yang menarik. Audiens menerima gaya "ngegas" sepenuhnya sebagai bentuk teguran wajar (*tough love*) untuk melawan mitos kesehatan yang ngawur. Wibawa dokter tidak diukur dari kehalusan tutur kata melainkan logika dan validitas ilmunya.
2. Posisi Negosiasi (Penerimaan Bersyarat): Terjadi benturan nilai di kepala penonton. *Audiens* sepakat pada manfaat utama edukasinya (level makro), namun mengkritik cara penyampaiannya (level mikro). *Audiens* memisahkan substansi pesan (yang mereka serap) dengan kemasan pesan (yang mereka toleransi/kritisi) karena bergesekan dengan ekspektasi dokter yang idealnya tenang dan halus.
3. Posisi Oposisi (Penolakan Akibat Pelanggaran Etika): Terekam melalui data sekunder di kolom komentar TikTok, pemaknaan ini muncul dari penonton acak yang menjunjung tinggi etika formal (*Officium Nobile*). Audiens memahami pesan medisnya, namun

menolak keras seluruh isi konten karena gaya komunikasi bernada tinggi dinilai mutlak melanggar etika profesi kedokteran. Keterkaitan Temuan dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini melengkapi riset kuantitatif Suhartanto (2022) dan Yudistira (2024) dengan membuktikan secara kualitatif mengapa penonton mau berubah: gaya "ngegas" membuat edukasi terasa seperti nasihat tongkrongan, bukan ceramah rumah sakit. Berbeda dengan Karmana (2022) yang meneliti di Instagram (berbasis *followers*), penelitian ini menemukan bahwa di TikTok (berbasis *FYP*), distribusi konten acak justru memicu penolakan keras (oposisi) dari kelompok konservatif terkait etika profesi.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Algoritma *FYP* di TikTok berperan sebagai pintu masuk utama yang menyodorkan video Dokter Tirta secara acak. Mayoritas *audiens* memproses gaya provokatif "ngegas" tersebut sebagai bentuk strategi komunikasi cerdas agar edukasi medis menjadi ringan dan mudah dicerna. Gaya ini berhasil mendorong perubahan perilaku nyata pada penontonnya. Berdasarkan Analisis Resepsi Stuart Hall, audiens terbagi menjadi tiga: Posisi Dominan (menerima sepenuhnya gaya komunikasi sebagai ketegasan yang valid), Posisi Negosiasi (mengambil manfaat ilmunya namun mengkritik kemasannya yang dinilai kurang sopan), dan Posisi Oposisi (menolak keras isi video karena dinilai mencederai kehormatan dan etika profesi kedokteran).

Saran

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti akun edukator kesehatan lain di platform berbeda (YouTube/X) atau membandingkannya dengan dokter spesialis kecantikan untuk melihat standar etika netizen. Bagi Tenaga Medis (Kreator Konten), strategi *edutainment* sangat efektif, namun harus memprioritaskan validitas fakta medis dan memperhitungkan risiko penolakan dari *audiens* konservatif. Bagi Masyarakat, diharapkan dapat menjadi *audiens* yang kritis dengan menyaring esensi ilmu tanpa langsung menghakimi kemasan penyampaiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- al Faris, A. N. S. Q. N. S. A. I. M. A. K. A. (2025). Pengaruh Kredibilitas Konten TikTok @dokterdetektif terhadap Minat Beli Produk Skincare. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(3), 496–510. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4353>
- Amaylia, D., Putri, S., & Setyawan, S. (2025). Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @menjadimanusia dalam Kesehatan Mental. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(1), 181–199. <https://doi.org/10.30596/ji.v9i1.19362>
- Annand, L. V., & Destiwati, R. (2025). Pengaruh Konten TikTok @Tirtaaaaa Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Generasi Z. eProceedings of Management, 12(6).
- Aulia, H., & Istiqomah, Y. (2023). Audiens Media Baru: Interaksi dan Fragmentasi (Hegemoni Akun Instagram Lambe Turah dalam Media Sosial sebagai Pendorong Pembentuk Audiens Aktif) 1. JURNAL SINDA: Surya Kencana Indonesia, 3(1), 127–134. <https://doi.org/10.28926/sinda.v3i1>
- Bintang Yudistira, A., Hafiz, R., Majid Febrian, N., & Muksin Nurani, N. (2024). Hubungan Antara Terpaan Media Sosial Tiktok Pada Akun @Tirtaaaaaa Dengan Peningkatkan Kesadaran Mahasiswa Tentang Kesehatan Tubuh. Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ. http://jurnal.umj.ac.id/index.php/sem_naslit
- Creswell, J. W., & Creswell, J.D. (2023). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6 ed.). SAGE Publications.
- Deddy Corbuzier. (2020, Maret 20). DOKTER TIRTA GAK NGEAS GAK LOE DANGER! (YukLawan Corona!). Youtube. <https://youtu.be/yhHX27o4kMA?si=T8kcIcLme0xkQBiv>
- Evance, R. (2026). Pengaruh Konten Edukatif dr. Tirta terhadap Penerimaan Informasi Pola Hidup Sehat pada Generasi Z di Brothers Gym. Jurnal Komunikasi Antartika, 1(1), 49–54. <https://doi.org/10.70052/jkoma.v1i1.1167>
- Hall, S. (1973). Encoding and Decoding in the Television Discourse. Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Hardani; Auliya, N. H. A. H. F. R. A. U. J. U. E. F. S. D. J. I. R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu.
- Hasyim, M. (2024). Tantangan dan Peluang Pendidikan Kesehatan di Era Digital: Membangun Kesadaran Kesehatan Online.

- OSHADA JOURNAL (Oshada: Jurnal Kesehatan), (2), 16–24.
<https://doi.org/10.62872/zjb3re50>
- Indrawan, S., & Azeharie, S. (2022). Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubedi). *Prologia*, 6, 369–376.
- Karmana, F. D. (2022). Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @dr.tirta Mengenai Informasi Vaksin Covid-19 di Indonesia. <https://lib.mercubuana.ac.id/>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). Sebaran Isu Hoaks dan Konten Negatif di Ruang Digital Tahun 2023. komdigi.go.id. Kode Etik Kedokteran Indonesia, Pengurus Besar Ikatan Dokter Indonesia (PB IDI) (2012).
- Majelis Kehormatan Etika Kedokteran. (2021). Fatwa Etika Dokter Ber-Media Sosial (Keputusan Majelis Kehormatan Etika Kedokteran Pusat Ikatan Dokter Indonesia Nomor 029/PB/K.MKEK/04/2021).
- Miles, M. B. ; H. A. M. S. J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (Edition 3). SAGE Publications. Rachman, A. Y. E. ; S. A. I. P. H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. CV Saba Jaya Publisher.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION*.
- University of Illinois Press. Suhartanto, M. R. T. S. S. (2022). Pengaruh Pesan Edukasi Covid-19 Di Instagram Dr.Tirta Terhadap Pola Hidup Sehat Di Masa Pandemi. *Commercium: Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2).
- We Are Social, M. (2026). *Digital 2026: Global Overview Report*. Wibisono, M. P., & Haqu, R. (2024). ANALISIS PENERIMAAN PESAN SATIRE LINGKUNGAN DI KONTEN TIKTOK @PANDAWARAGRUP MENGGUNAKAN TEORI RESEPSI STUART HALL. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 9(4), 909–23.
<https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.295>