



Content Analysis through TikTok Social Media Comments: Use of Herbal Medicine

Felicia Oktaviana^{1*}, Sri Hastjarjo², Andre Rahmanto³
Universitas Negeri Sebelas Maret, Surakarta

Penulis Korespondensi: Felicia Oktaviana oktaviana.f12@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Comments, Social Media, Reception, Healthy Lifestyle, Herbal Medicine

Received : 23, September

Revised : 25, October

Accepted: 27, November

©2024 Oktaviana, Hastjarjo, Rahmanto : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Obesity is a condition where there is excessive accumulation of body fat so that a person's weight is far above normal, this is caused by an imbalance in energy intake and expenditure. The high number of Tiktok users in Indonesia makes Tiktok an effective social media application. This makes the content on Tiktok easily attract the attention of viewers in the field of health and healthy lifestyles in the comments column. This study wants to find out how the audience receives messages from health content creator Dr. Rianti Maharani with the account name @dr.riantiherbal through the comments column. This study uses a qualitative descriptive method with reception analysis theory. The subjects in this study were 17-45 years old, were viewers and provided comments on the @drriantiherbal account. The results of the study found that opposite comments appeared a lot in the comments column, namely 41 comment samples.

Analisis Isi melalui Komentar Media Sosial Tiktok: Penggunaan Obat Herbal

Felicia Oktaviana^{1*}, Sri Hastjarjo², Andre Rahmanto³

Universitas Negeri Sebelas Maret, Surakarta

Penulis Korespondensi: Felicia Oktaviana oktaviana.f12@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Komentar, Media Sosial, Resepsi, Gaya Hidup Sehat, Pengobatan Herbal

Received : 23, September

Revised : 25, October

Accepted: 27, November

©2024 Oktaviana, Hastjarjo,

Rahmanto : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

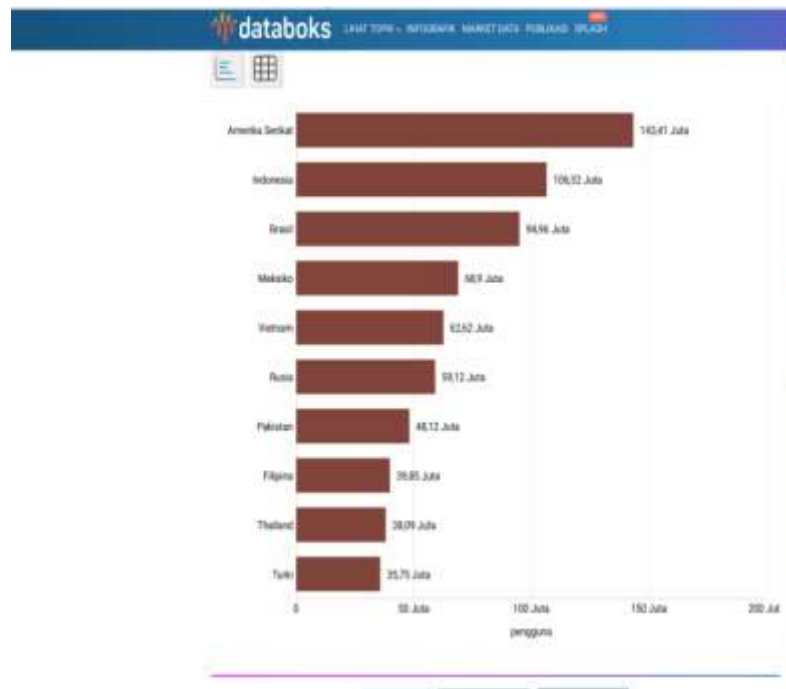
Obesitas adalah suatu kondisi dimana terjadi penumpukan lemak tubuh yang berlebihan sehingga berat badan seseorang jauh di atas normal, hal ini disebabkan oleh ketidakseimbangan asupan dan pengeluaran energi. Tingginya jumlah pengguna Tiktok di Indonesia mejadikan Tiktok sebagai aplikasi media sosial yang efektif. Hal tersebut membuat konten -konten di Tiktok dapat dengan mudah menarik perhatian penonton dalam bidang kesehatan maupun gaya hidup sehat di kolom komentar. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana audiens menerima pesan dari kreator konten kesehatan Dr. Rianti Maharani dengan nama akun @dr.riantiherbal melalui kolom komentar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori analisis resepsi. Subjek dalam penelitian ini berusia 17-45 tahun, merupaka penonton dan memberikan komentar pada akun @drriantiherbal. Hasil penelitian menemukan bahwa komentar yang opposite banyak muncul di kolom komentar yaitu sebanyak 41 sampel komentar.

PENDAHULUAN

Pittler (2005) mengatakan bahwa kelebihan berat badan dan obesitas merupakan masalah kesehatan yang terus meningkat di Amerika Serikat, dengan sekitar sepertiga orang dewasa dianggap mengalami obesitas dan lebih dari sepertiga mengalami kelebihan berat badan. Pengobatan standar untuk obesitas termasuk mengurangi asupan energi dan meningkatkan pengeluaran energi melalui olahraga. Namun, kepatuhan terhadap perubahan gaya hidup dan program olahraga pada umumnya buruk (Woodgate, 2003). Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), pada tahun 2022 menyatakan bahwa 2,5 miliar orang berusia 18 tahun ke atas mengalami kelebihan berat badan, termasuk lebih dari 890 juta orang dewasa berusia 18 tahun ke atas. Hal ini setara dengan 43% orang dewasa berusia 18 tahun ke atas, 16% hidup dengan obesitas (who.int.com). Menurut wakil menteri kesehatan Republik Indonesia, dr. Dante Saksono Harbuwono, mengatakan bahwa obesitas di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari waktu ke waktu.

Obesitas adalah suatu kondisi dimana terjadi penumpukan lemak tubuh yang berlebihan sehingga berat badan seseorang jauh di atas normal, hal ini disebabkan oleh ketidakseimbangan asupan dan pengeluaran energi. Namun, masih banyak orang yang sadar akan pentingnya menjaga pola hidup sehat agar terhindar dari obesitas, cara yang mudah dan instan untuk menghilangkan lemak pun dipilih. Untuk alasan ini, banyak orang yang kelebihan berat badan beralih ke diet dan suplemen herbal untuk menurunkan berat badan, dilema ini juga terjadi di Indonesia. Mereka akan melakukan apa saja untuk menurunkan berat badan dengan cara yang instan, Obat Herbal adalah salah satunya. Dengan akses yang begitu mudah, kita bisa membeli apa saja secara online. Media sosial *TikTok* menjadi pilihan bagi sebagian orang untuk mencari obat herbal. Beberapa orang mungkin melakukan penelitian tentang sebab dan akibat, beberapa tidak. Ada beberapa cara untuk mengetahuinya; Mencari tahu bahan-bahannya, konsultasi ke profesional, ulasan pembeli dan bahkan, *komentar*.

Apa itu *TikTok*? *TikTok* adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan menemukan video berdurasi pendek. Berasal dari Cina dengan nama Douyin, platform ini merupakan gagasan dari ByteDance, sebuah perusahaan teknologi yang berbasis di Beijing. Platform ini meledak di panggung internasional pada tahun 2016, merevolusi cara dunia mengonsumsi dan membuat konten digital. Video-video pendek *TikTok* menjangkau berbagai genre seperti komedi, tarian, dan pendidikan. Pengguna umumnya membuat video berdurasi 15 hingga 60 detik, memindahkannya dengan elemen-elemen dari fitur musik, filter, dan efek yang sangat banyak. (Techtarget.com). Seperti saluran media sosial lainnya, *TikTok* memungkinkan merek untuk membuat konten asli di platform, menjadikannya alat yang berguna bagi merek di luar iklan berbayar. Merek-merek telah berhasil membangun pengikut di *TikTok* dengan terlibat dalam tren dan mendorong para kreator untuk membuat konten yang berhubungan dengan merek. Indonesia menduduki peringkat kedua dengan 106,51 juta pengguna. Berikut adalah 10 pengguna *TikTok* teratas di seluruh dunia;



Gambar.1 Pengguna Tiktok di Indonesia (sumber: Katadata.co)

Tingginya jumlah pengguna TikTok di Indonesia menjadikannya sebagai aplikasi media sosial yang efektif. Hal ini menjadi peluang bagi semua kalangan untuk menyampaikan informasi dan edukasi yang bermanfaat bagi masyarakat. TikTok menjadi aplikasi yang sedang berkembang bagi para profesional kesehatan untuk menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat (Li, Y., 2021).

Sebagian besar konten di TikTok dapat dengan mudah menarik penonton. Hal ini juga yang mendorong konten kreator membuat video semenarik mungkin untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas mengenai gaya hidup sehat. Selain video itu sendiri, kita juga dapat menemukan informasi tentang produk yang ingin kita beli melalui bagian *Komentar*. Komentar tersebut berasal dari para pengguna yang membantu kita memutuskan apakah produk tersebut layak untuk dibeli. Untuk obat herbal, informasi yang valid mungkin berasal dari pengguna, apakah produk tersebut efektif seperti yang disebutkan dalam konten? Ini menciptakan suasana kepercayaan ketika kita menemukan komentar yang mendukung produk yang akan kita beli. Beberapa di antaranya tidak selalu positif. Ulasan buruk tentang produk juga dapat menjadi cara yang membantu konsumen untuk menghilangkan mana yang buruk atau baik untuk mereka. Oleh karena itu, penulis akan membahas penelitian yang berjudul *Analisis Isi Melalui Komentar Media Sosial Tik Tok: Penggunaan Obat Herbal*.

TINJAUAN PUSTAKA

Obat Herbal

Obat herbal alami telah digunakan secara luas untuk pengobatan dan pencegahan berbagai penyakit sejak zaman kuno. Berdasarkan pro dan kontra di bidang ini mengarah pada generasi pengobatan herbal baru yang bermanfaat bagi kesehatan, tanpa atau dengan sedikit efek samping (Yuan.H, 2016). Pengetahuan yang terkumpul yang kaya tentang produk alami telah berkembang secara progresif ke dalam berbagai sistem termasuk pengobatan tradisional India, pengobatan Eropa, Kampo Jepang, pengobatan tradisional Cina atau pengobatan tradisional Arab dan Islam dan obat-obatan tradisional, yang tidak hanya mencakup perawatan herbal tetapi juga obat-obatan yang berasal dari mineral dan logam misalnya Merkurius, Gandhaka (oksida belerang yang dimurnikan), Emas, Perak, dll. Atau Hewan misalnya Gading, Tanduk rusa, tanduk hewan, dll. atau Prosedur fisik (Panchkarma), (Elachouri M, 2018).

Sistem perawatan kesehatan tradisional semakin populer dan terus meningkat di seluruh dunia karena keingintahuan masyarakat tentang obat-obatan herbal dan penerimaannya yang luar biasa atas khasiatnya yang bermanfaat dengan sedikit atau tanpa efek samping terhadap berbagai masalah kesehatan yang menantang. 60% dari populasi dunia sekarang menggunakan pengobatan herbal/konvensional sebagai agen kuratif utama untuk manajemen suhu tinggi karena malaria. 80% orang Afrika, 30-50% orang Cina, 48% orang Australia, 70% orang Kanada, 80% orang Jerman, 42% orang Amerika Serikat dan 39% orang Belgia, serta 76% orang Prancis lebih memilih pengobatan herbal/alternatif sebagai pilihan pertama untuk mengobati berbagai penyakit (Chakraborty. C, 2017). Di San Francisco, London dan Afrika Selatan, 75% pasien HIV positif/AIDS menggunakan obat-obatan herbal. Dalam hal tenaga kesehatan profesional dan biaya yang murah, status penggunaan produk herbal terus meningkat dan negara-negara seperti Malaysia sekarang membelanjakan lebih banyak untuk obat-obatan perawatan kesehatan utama daripada obat-obatan allopathic (Orisatoki. R, 2010). Diperkirakan bahwa mayoritas orang di negara berkembang mengandalkan

Barang-barang tradisional sebagai moda utama perawatan kesehatan mereka, dan aplikasi terapeutik, yang mencakup penggunaan herbal, dihargai sebagai bagian intrinsik dari budaya negara-negara tersebut. Perawatan herbal juga telah diadopsi secara luas di banyak negara industri, dan sekarang menjadi sangat penting di Uni Eropa, Australia, Amerika Utara, dan Inggris (Ekor, MJFip, 2014).

Tik Tok Sebagai Cara Alternatif untuk Mengumpulkan Informasi

Kondisi saat ini banyak anak-anak, remaja bahkan orang dewasa yang menggunakan aplikasi Tik Tok. Mereka menggunakan Tik Tok untuk berbagi, hiburan atau bahkan mencari informasi terbaru. Xiuwen & Razali (2021) menyatakan bahwa Tik Tok adalah perangkat lunak media sosial populer yang memungkinkan pengguna untuk membuat, menonton, dan berbagi film pendek berdurasi hingga tiga menit di ponsel cerdas mereka. TikTok dibuat pada tahun 2017 dan sejak saat itu menjadi aplikasi media sosial dengan pertumbuhan tercepat, dengan pengguna di lebih dari 150 negara. TikTok adalah antarmuka yang mudah digunakan untuk membuat, mengedit, dan berbagi film pendek, serta kemampuan untuk mengomentari dan berbagi materi dengan komunitas TikTok. Video TikTok singkat, mudah dibuat, dan mudah dibagikan. Platform TikTok memiliki lebih dari 800 juta pengguna, menurut data tim TikTok. Ini adalah aplikasi paling populer pada tahun 2020, dengan pengguna menghabiskan rata-rata 41 menit per hari untuk menggunakannya. Pengguna TikTok dibagi menjadi pembuat konten, peselancar konten, dan pencipta konten. TikTok adalah antarmuka yang mudah digunakan untuk membuat, mengedit, dan membagikan film pendek; pengguna juga dapat mengomentari dan berbagi materi dengan komunitas TikTok lainnya (Khlaif & Salha, 2021).

Analisis Komentar

Semakin mudah dan mudah beradaptasi dengan perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial, maka semakin kuat pula koneksi yang terjalin (Lingam & Aripin, 2017). Koneksi ini dicontohkan dengan fakta bahwa setiap warga negara dapat meninggalkan komentar di berbagai platform media sosial dan dibebaskan untuk mengekspresikan pendapat dan sikap mereka terkait postingan atau konten yang mereka lihat. Fenomena ini mendorong penulis untuk menyelidiki konten, perilaku, dan pola komentar warganet di media sosial dengan menggunakan metode analisis komentar. Analisis komentar merupakan sumber data yang berpotensi menarik untuk digali untuk mendapatkan pengetahuan implisit tentang pengguna, postingan, kategori, minat masyarakat (Siersdorfer et al., 2010). Masyarakat diharapkan dapat menemukan informasi spesifik mengenai Obat Herbal dalam hal ini, efisiensi dan efektivitas berdasarkan bagian komentar di media sosial Tik Tok.

Perspektif Konsumen

Sebagai konsumen, kita cenderung melakukan sedikit riset sebelum membeli barang yang kita inginkan. Kita menjelajahi situs web, media sosial, dan bahkan membaca komentar. Komentar-komentar yang ada mewakili sebuah ulasan mengenai produk, terutama jika menyangkut kesehatan, ulasan yang kuat dapat membantu dalam pengambilan keputusan. Jensen (2007) menyatakan bahwa perspektif resepsi berfokus pada lebih dari sekedar interaksi interpersonal dalam sebuah komunitas, karena ini adalah tentang teks yang dimediasi, respon yang mereka dapatkan dari pengguna, dan bagaimana praktik media pengguna berperan dalam aktivitas interpretasi mereka. Studi resepsi membangun teori tentang hubungan antara teks, pengguna, teknologi, dan konteks dalam arti yang lebih luas. Dari perspektif studi resepsi, pemahaman

yang berbeda tentang makna muncul dalam proses pembacaan antara teks dan pembaca (Livingstone, 1993, h. 7), Jadi, alih-alih budaya dan interpretasi budaya, fokus studi resepsi adalah pada proses interpretasi dan bagaimana interpretasi tersebut berasal dari teks, konsumen, dan praktik-praktik media. Makna adalah masalah literasi dan konteks (Livingstone, 2008), dan bukan hanya literasi teks, tetapi juga interaksi interpretatif sosial dan teknologi media yang digunakan oleh teks atau pembaca pada saat interpretasi (Livingstone, 2004).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif melalui metode deskriptif dengan teori analisis resepsi Stewart Hall. Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah Peneliti ingin mengetahui bagaimana audiens menerima pesan dari pembuat konten kesehatan Dr. Rianti Maharani dengan nama akun *@dr.riantiherbal* melalui kolom komentar. Data deskriptif dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka. Selain itu data yang dikumpulkan dapat menjadi kunci penelitian. Sedangkan teori resepsi-Stuart Hall menjelaskan makna dan menciptakan pengalaman melalui interaksi dengan media yang menunjukkan seperti seperti video, film, dan program televisi. Teori resepsi ini berfokus pada komentar konsumen tentang konten video tentang pengobatan alternatif asam urat.

Sebuah teori dari Stuart Hall menyebutkan bahwa Audiens memiliki makna yang berbeda yang ditafsirkan oleh media karena Pesan yang diciptakan khalayak memiliki makna dan interpretasi yang berbeda-beda. Ia memperkenalkan bahwa dari proses decoding, ada tiga posisi audiens terhadap pesan yang disampaikan media, diantaranya;

- a. Posisi Dominan-Hegemonik adalah posisi di mana khalayak telah menyetujui kesamaan makna pesan tanpa menolak pesan yang disampaikan media,
- b. Posisi Negotiated-Code adalah posisi di mana terdapat perpaduan antara unsur adaptif dan selektif. Khalayak setuju dengan makna dan informasi yang disampaikan oleh media, namun khalayak memiliki pemikirannya sendiri, menggabungkan pemikirannya berdasarkan peristiwa sosial yang pernah dialami.
- c. The Opposite Code adalah posisi di mana audiens memahami makna media. Namun, audiens menolaknya dengan menginterpretasikan perbedaan pesan dan informasi yang didapat.

Analisis Data

Subjek dalam penelitian ini adalah audiens yang mengikuti persyaratan:

1. Sampel berusia 17 - 45 tahun,
2. Telah menonton dan mengomentari video dari akun tiktok @drriantiherbal.
3. Sampel berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, seperti SMA, S1, S2, dan S3, dengan ketentuan usia pada poin 1.
4. Memiliki akun media sosial dan pengguna aktif media sosial

Peneliti ini menggunakan teknik purposive sampling untuk mengambil sampel dari sumber data yang memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pengambilan sampel dilakukan secara terbatas untuk mendapatkan informasi yang diinginkan melalui sumber yang dipilih peneliti.

HASIL PENELITIAN

Peneliti ini menggunakan teknik purposive sampling untuk mengambil sampel dari sumber data yang memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pengambilan sampel dilakukan secara terbatas untuk mendapatkan informasi yang diinginkan melalui sumber yang dipilih peneliti.



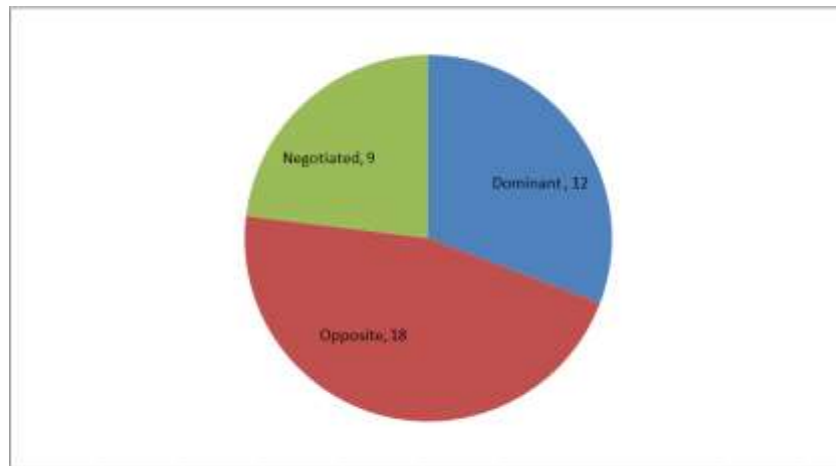
Gambar.2 Konten Dr. Rianti di Tiktok

Video yang diambil dari @drriantiherbal menunjukkan bahwa video tersebut ditonton sebanyak 23.000 kali dan memiliki 713 komentar. Untuk tujuan analisis berdasarkan Stuart Hall, komentar-komentar tersebut adalah seperti tabel di bawah ini;

Tabel.1 Analisis Berdasarkan Stuart Hall

Tidak.	Komentar	Akun	Teori penerimaan
1.	Sy udah coba ini, alhamdulillah nyeri lutut kebas kesemutan minggat	aisyah	Dominant
2	Pernah saya buat begitu niatnya biar asam urat turun sma kolesterol malah darahnya yang turun drastis langsung berhenti	Ernida errin	Opposited
3	Lebih cepat pakai daun ceri dok, daun salam kalo saya gak ada efeknyya	Arifin, SHR	Negotiated
4	Sudaah nyoba tensi langsung ngedrop	KrisSetya	Opposited
5	Alhamdulillah saya sekeluarga selalu minum daun salam malah di tambah sereh yang batangan itu	Toko Eneng S	Dominant

Empat puluh satu (41) komentar diambil sebagai sampel penelitian dan didasarkan pada Teori Resepsi-Stuart Hall; Posisi Dominan-Hegemonik, Posisi Negosiasi-Kode; dan Posisi Berlawanan-Kode, angkanya seperti yang dijelaskan di bawah ini;



Gambar.3 Bagan Hasil Penelitian

PEMBAHASAN

Berbagai pilihan untuk mencari dan mendapatkan informasi dari media sosial, dapat menjadi media untuk berbagai kegiatan, khususnya berbagi pendapat antar audiens. TikTok memiliki filter dalam aplikasinya, yaitu kolom komentar, yang memberikan kesempatan kepada audiens untuk memberikan resepsi setelah melihat konten video. Pada kolom komentar di video akun @drriantiherbal pada video yang berjudul "asam urat? Atasi dengan daun ini", sampel komentar yang diambil ada 41 komentar dari 713 komentar.

Peneliti mendapatkan 12 komentar yang dominan. Komentar kategori Dominan berisi komentar yang setuju dengan isi pesan dari video dr Rinti yang menyampaikan bahwa daun salam baik untuk asam urat dan mereka setuju berdasarkan pengalaman. Isi komentar yang masuk dalam kategori ini adalah komentar yang mengetahui bahwa daun salam baik untuk asam urat namun mereka memiliki referensi atau pengalaman lain tentang daun yang mendukung penyembuhan penyakit tersebut. Kategori terbesar adalah Opposite sebanyak 18 komentar, dimana penonton tidak setuju dengan isi pesan dari video tersebut bahwa daun salam dapat menyembuhkan asam urat berdasarkan pengalaman dan faktor penyakit lain yang mereka miliki. Sedangkan untuk komentar kategori Negotiated sebanyak 9 komentar. Pada kategori ini, audiens memberikan resepsinya ada alternatif lain yang dapat dilakukan untuk mengatasi asam urat selain dengan daun salam. Ini berdasarkan dengan pengalaman yang sudah mereka lakukan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penulis menganalisis media sosial TikTok yang diambil dari kolom komentar di bawah akun bernama @drriantiherbal tentang penggunaan obat Herbal untuk penyakit asam urat berdasarkan penggunaan Teori Resepsi-Stuart Hall. Sebanyak 41 komentar dianalisis dan mayoritas dikategorikan sebagai Opposite code, yang berarti sebagian besar penonton atau audiens tidak setuju dengan informasi yang dibagikan oleh Dr. Mereka berkomentar berdasarkan pengetahuan mereka dan yang terpenting adalah pengalaman mereka. Namun, masih ada beberapa penonton yang setuju dengan konten tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aust. Coulter ID, Willis EM. Muncul dan berkembangnya pengobatan komplementer dan alternatif pengobatan: Aperspektif sosiologis. *Med J Aust.* 2004;180(11):587-9.
- Ekor MJFip. Meningkatkan penggunaan obat-obatan herbal: Isu-isu yang berkaitan dengan efek samping reaksi dan tantangan dalam memantau keamanan. *Front Pharmacol.*
- Elachouri M. Etnobotani / Etnofarmakologi, dan bioprospeksi: Isu-isu tentang pengetahuan dan penggunaan tanaman obat oleh masyarakat Maroko, dalam produk alami dan penemuan obat. Elsevier; 2018;105-18.
- Jensen, K. B. (2007). Media campuran: Dari estetika digital menuju teori teori komunikasi umum. *Northern Lights*, 5, 724
- Khlaif, Z. N., & Salha, S. (2021). Menggunakan TikTok dalam Pendidikan: Sebuah Bentuk Pembelajaran Mikro Pembelajaran Mikro atau Pembelajaran Nano?. *Jurnal Interdisipliner Pembelajaran Virtual dalam Ilmu Kedokteran*, 12(3), 213-218.
- Lingam, R. A., & Aripin, N. (2017). Mengklasifikasikan komentar-komentar terbakar! mengklasifikasikan komentar-komentar bernada menghasut pada video youtube di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Jurnal Komunikasi Malaysia*, 33(4), 104-118.
- Livingstone, SM (2004). Tantangan untuk mengubah audiens. *European Journal of Communication*, 19(1),7586.doi:10.1177/0267323104040695
- Livingstone, SM (2008). Terlibat dengan media, masalah literasi? *Komunikasi, Budaya & Kritik*, 1(1), 5162.
- Orisatoki R, Oguntibeju OJAocm. Peran penggunaan obat herbal dalam Pengobatan HIV/AIDS; 2010.
- Pittler MH, Earnst E. Terapi komplementer untuk mengurangi berat badan: sebuah tinjauan sistematis. *Int J Obes.*2005; 29: 1030-1038.
- Siersdorfer, S., Chelaru, S., Nejd, W., & San Pedro, J. (2010). Seberapa Bermanfaatkah Komentar Anda? Menganalisis dan Memprediksi Komentar YouTube dan Peringkat Komentar. *Prosiding Konferensi Internasional ke-19 tentang World Wide Web*, 891.
- Tinjauan Teori Penyandian dan Penyandian Kembali Stuart Hall dengan Film Komunikasi,"

- Woodgate DE, Conquer JA. Efek dari suplemen makanan bebas stimulan pada berat badan dan kehilangan lemak pada orang dewasa yang mengalami obesitas: studi eksplorasi selama enam minggu. *Curr Ther Res.* 2003; 64: 248-260.
- Xiuwen, Z., & Razali, A. B. (2021). Tinjauan tentang pemanfaatan TikTok untuk meningkatkan kompetensi komunikasi bahasa Inggris lisan di kalangan mahasiswa sarjana. *Jurnal Universal Penelitian Pendidikan*, 9(7), 1439-1451.
- Yuan H, dkk. *The Trad Med Mod Med Nat Prod.* 2016;21(5):559.