

**STUDI KELAYAKAN USAHA MEDIA SOSIAL TIKTOK TENTANG
PROMOSI KESEHATAN GIGI DAN MULUT
TIKTOK SOCIAL MEDIA BUSINESS FEASIBILITY STUDY ON DENTAL AND
ORAL HEALTH PROMOTION**

**Siti Halimah Fazriah¹, Deru Marah Laut¹, Denden Ridwan Chaerudin¹,
Nining Ningrum¹, Ratna Dwi Handayani¹**

¹ Program Studi Kesehatan Gigi Program Diploma Tiga Poltekkes Kemenkes Bandung,
Email penulis korespondensi: sitihalimahfazriah@gmail.com)

ABSTRACT

The purpose of a business feasibility study is to determine the potential profitability of a project. The assessment process starts with a review of the intended investment and concludes with a report detailing the findings. You may use the report from this feasibility study as a benchmark to see how far you've come with your investment. There are two vantage points from which to view the feasibility study: the monetary and the non-monetary. The goal of health promotion is to educate the public so that they may choose healthy lifestyle choices. The research team behind this project hopes to learn more about the potential of the tiktok media company to promote oral health and dental hygiene. Triangulation is a qualitative research strategy that compares information or data gathered via interviews, observations, and research; it is a descriptive research technique. Based on five criteria, this research concludes that promoting dental and oral health using the social media platform TikTok is possible. According to this study's findings, spreading awareness about the need of good oral hygiene using the video-sharing platform TikTok is a viable option.

Key words: Business feasibility study, dental health promotion, Tiktok application.

ABSTRAK

Tujuan dari studi kelayakan bisnis adalah untuk menentukan potensi keuntungan dari sebuah proyek. Proses penilaian dimulai dengan meninjau investasi yang dimaksud dan diakhiri dengan laporan yang merinci temuannya. Anda dapat menggunakan laporan dari studi kelayakan ini sebagai tolok ukur untuk melihat sejauh mana Anda telah melangkah dengan investasi Anda. Ada dua sudut pandang untuk melihat studi kelayakan: moneter dan non-moneter. Tujuan dari promosi kesehatan adalah untuk mendidik masyarakat sehingga mereka dapat memilih pilihan gaya hidup sehat. Tim peneliti di balik proyek ini berharap untuk mempelajari lebih lanjut tentang potensi perusahaan media tiktok untuk mempromosikan kesehatan mulut dan kebersihan gigi. Triangulasi adalah strategi penelitian kualitatif yang membandingkan informasi atau data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan penelitian; ini adalah teknik penelitian deskriptif. Berdasarkan lima kriteria, penelitian ini menyimpulkan bahwa mempromosikan kesehatan gigi dan mulut menggunakan platform media sosial TikTok adalah mungkin. Menurut temuan studi ini, menyebarkan kesadaran tentang perlunya kebersihan mulut yang baik menggunakan platform berbagi video TikTok adalah pilihan yang layak.

Kata kunci: Study kelayakan usaha, promosi kesehatan gigi, aplikasi Tiktok.

PENDAHULUAN

Merawat gigi dan gusi merupakan langkah awal yang baik menuju kesehatan yang lebih baik secara umum. Orang yang tidak merawat giginya sering kali juga tidak peduli dengan kesehatan mulut mereka. Praktik ini mencakup tindakan seperti menerapkan kebiasaan menyikat gigi secara teratur, mengonsumsi makanan yang menunjang kesehatan gigi, mengurangi makanan manis dan melakukan pemeriksaan gigi secara rutin ke dokter gigi..

Promosi kesehatan merupakan upaya mengkomunikasikan informasi kesehatan kepada masyarakat agar dapat hidup sehat. Hakikat konsep promosi kesehatan adalah meningkatkan kemauan dan kapasitas masyarakat untuk mempertahankan dan meningkatkan kesehatannya. Oleh karena itu promosi kesehatan tidak hanya sekedar menyampaikan pesan atau informasi kesehatan kepada masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang pola hidup sehat, namun juga membantu mereka menjaga dan meningkatkan kesehatan.

Partisipasi dalam acara promosi berbasis komunitas dapat memberikan informasi yang berguna untuk tujuan perencanaan. dan pelaksanaan program-program promosi kesehatan berikutnya informasi dapat disampaikan melalui berbagai jenis media, seperti koran, majalah, media elektronik seperti televisi dan radio serta film. Selain itu

dalam era kemajuan teknologi saat ini, terdapat banyak pilihan media lain yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, termasuk media sosial yang dapat diakses secara online melalui internet.

Media sosial adalah Komunitas daring tempat orang-orang dapat berinteraksi, bertukar, dan saling membangun karya satu sama lain secara bebas; ini mencakup komunitas virtual, jejaring sosial, wiki, forum, dan blog. Contoh yang paling umum adalah wiki, jejaring sosial, dan blog. Secara umum, media sosial memiliki fitur yang memungkinkan penggunaannya berbagi pesan dengan banyak pengguna lainnya.

Konten yang dibagikan melalui media sosial meliputi berita (informasi), foto (gambar), dan link video. Media sosial tidak hanya dapat dimanfaatkan melalui perangkat komputer, namun juga melalui aplikasi pintar. Hal ini membuat media sosial mobile menjadi lebih mudah untuk mereka gunakan kapanpun dan dimanapun.

TikTok adalah Perangkat lunak dan platform untuk berbagi video musik dan jejaring sosial di Tiongkok memulai debutnya pada September 2016. Tik Tok, yang memungkinkan pengguna membuat video musik pendek mereka sendiri, telah diunduh sebanyak 45,8 juta kali sekaligus, menjadikannya aplikasi yang paling banyak diunduh sepanjang masa. Berdasarkan 625 juta pengguna aktif TikTok, TikTok adalah cara untuk memberikan

informasi yang cepat dan menarik saat ini, Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten menarik mereka sendiri, inilah alasan mengapa tiktok menjadi aplikasi dengan banyak pengguna.

Penyebaran informasi menggunakan media sosial TikTok dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman individu tentang pentingnya kesehatan, mengingat manfaat promosi kesehatan yang dapat meningkatkan upaya kesehatan kelompok. Dengan demikian, media sosial TikTok secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan derajat kesehatan seseorang.

METODE

Hasil penelitian ini akan disajikan secara lisan atau tertulis sebagai penjelasan, sehingga menjadi penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Para profesional di bidang ilmu material, media, dan kewirausahaan, serta penggemar akun TikTok peneliti, turut berpartisipasi dalam penelitian ini. Orang-orang yang memahami TikTok menjadi subjek uji coba produk, sedangkan para ahli di bidang material dan media menjadi subjek uji coba ahli., mengikuti mengunjungi akun sosial media tiktok yang digunakan untuk penelitian. variasi dalam penelitian ini yaitu 5 aspek diantaranya yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen oprasional, aspek ekonomi dan keuangan, aspek yuridis.

Jenis data yang digunakan data primer yang diperoleh langsung dari hasil kelayakan oleh ahli materi dan ahli media dan ahli kewirausahaan adapun metode pengumpulan datanya

mencakup triangulasi sumber data, triangulasi metode, triangulasi teori

HASIL

Penelitian ini dilakukan dengan membuat video animasi melalui media sosial Tiktok dalam membentuk pengetahuan pengguna media sosial Tiktok bertujuan untuk mengembangkan media sosial Tiktok pembelajaran interaktif mengenai promosi kesehatan gigi dan mulut. Dilakukannya uji kelayakan oleh para ahli yaitu ahli materi, ahli media dan ahli kewirausahaan. Studi kelayakan usaha media sosial tiktok tentang promosi kesehatan gigi dan mulut keseluruhan dinyatakan layak karena sudah memenuhi semua kriteria aspek yang sudah di tentukan.

Pada tahap perencanaan dilakukannya penilaian materi terhadap ahli materi hasil penilaian inilah yang di jadikan acuan dalam pengembangan pada media pembelajaran interaktif berbasis video animasi. Penilaian terhadap ahli media membuat video animasi tentang kesehatan gigi dan mulut Hasil penelitan ini di proleh dari meningkatnya jumlah *followers* Tiktok setelah di upload video dibagikan ke akun Tiktok @dentaleducation_ dengan jumlah monetisasi Tiktok sebanyak 1000 pengikut. Instrumen pengumpulan data ini menggunakan google form untuk mengetahui apakah respondes tertarik untuk menjadi *followers* dan berminat untuk mengikuti program pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut.



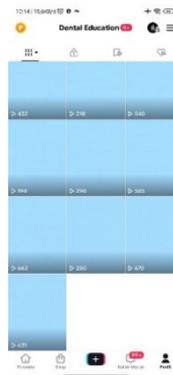
Gambar 1. Akun Tiktok

Usaha promosi kesehatan gigi dan mulut melalui media sosial Tiktok sangat bermanfaat karena memiliki edukasi untuk meningkatkan kesehatan gigi dan mulut masyarakat dan membantu pemerintah untuk menjadikan masyarakat yang sehat, kesehatan gigi dan mulut masyarakat meningkat, upaya kesehatan menjadi terbantu.

Minat	535 dari 1000 (53,5%)
Tidak Minat	465 dari 1000 (46,5%)

Tabel 1. Hasil Uji Pasar

Aspek teknis dan teknologi menyajikan informasi tentang pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut disajikan menggunakan video animasi dengan cara pembuatannya yaitu menggunakan aplikasi canva dan aplikasi capcut. Penataan konten di Tiktok telah sesuai karena sesuai dengan format Tiktok. Konten ini di unggah secara berurutan sesuai materi.



Gambar 2. Tata letak Tiktok

Perencanaan manajemen oprasional yaitu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut yang di unggah melalui media sosial Tiktok yang berjumlah 10 video.

Aspek ekonomi dan keuangan pada usaha media sosial Tiktok tentang promosi kesehatan gigi dan mulut membutuhkan modal investasi awal yaitu sebesar Rp. 107.410.394 sudah terinci modal tetap dan modal kerjanya.

Aspek yuridis Pertahanan suatu negara akan bisa terwujud apabila masyarakatnya sehat dari produk yang sifarnya media sosial, platform yang menyediakan fasilitas untuk membuat konten-konten sudah mengikuti praturan yang di persyaratkan oleh negara, platform Tiktok masuk ke Indonesia melalui dengan berbagai tahapan dan ketentuan- ketentuan perundang-undangan termasuk keamanan data maupun aturan-aturan penyalahgunaan informasi.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini berdasarkan pada analisis studi kelayakan usaha serta penilaian dari ahli materi, ahli media dan ahli kewirausahaan. Para ahli tersebut merupakan dosen jurusan kesehatan gigi poltekkes kemenkes Bandung

Aspek pasar dan pemasaran ditinjau dari beberapa komponen analisisnya yaitu segmentasi pasar menggunakan aplikasi tiktok telah menjadi media yang efektif untuk mempromosika kesehatan gigi dan mulut dan dapat membantu usaha promosi kesehatan gigi dan mulut menjangkau audiens yang tepat dengan pesan yang sesuai penelitian ini sejalan dengan (Fawahan 2022) Video, musik, gerakan tari, pertunjukan vokal, dan karya kreatif lainnya semuanya dapat dibagikan di TikTok. Basis pengguna TikTok yang besar merupakan peluang emas untuk periklanan yang hemat biaya, efisien waktu, dan kaya informasi.

Pasar sasaran usaha promisi Kesehatan gigi dan mulut yaitu dari kelompok usia, jenis kelamin dan lokasi, kelompok minat yaitu Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya tentang kesehatan gigi dan mulut, kecantikan gigi estetika, dan pentingnya pendidikan di bidang tersebut (Saragih 2023) Merek dan perusahaan dapat menjangkau khalayak luas di TikTok, yang mencakup remaja, orang tua, dan selebritas.

Posisi pasar usaha promosi Kesehatan gigi dan mulut yaitu menciptakan konten berkualitas dengan cara memberikan informasi yang sangat bermanfaat, hiburan keterlibatan

membuat konten yang menghibur dan menarik, relevan dan konsistensi dalam kualitas dan frekuensi penelitian ini sejalan dengan (Andriyansah 2023) Metode periklanan yang inovatif, seperti membuat video yang menarik atau bekerja sama dengan influencer di aplikasi TikTok, adalah salah satu pilihan.

Produk yang diiklankan menggunakan TikTok dan platform media sosial lainnya untuk menyebarkan pesan tentang pentingnya kesehatan gigi dan mulut yang baik karena platform ini termasuk cara yang paling efektif untuk menyebarkan pesan tersebut. Sesuai dengan (Endarwati 2021), penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran aplikasi TikTok berfokus pada pembuatan video pendek untuk menarik minat pengguna karena waktu yang dibutuhkan untuk menontonnya sangat singkat.

Hasil uji pasar Sebuah penelitian untuk menentukan kelayakan promosi kesehatan gigi dan mulut menggunakan film animasi di platform media sosial TikTok. Orang-orang di TikTok sangat mendukung dan memberi semangat ketika saya menggunakan video mereka untuk meluncurkan studi kelayakan dan memperkenalkan mereka pada pentingnya kesehatan gigi dan mulut, tetapi tidak mencapai sesuai monetisasi Tiktok. Peminat untuk pengikuti akun Tiktok sebanyak 535 pengikut tertarik

untuk mengikuti program pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut terdapat 10 video yang di unggah agar pengguna media sosial Tiktok menjaga kesehatan gigi dan mulutnya dengan baik dan benar.

Prospek usaha tentang promosi kesehatan gigi dan mulut melalui media sosial Tiktok dikategorikan kurang baik, aspek yang harus lebih ditingkatkan yaitu aspek ekonomi dan keuangan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk bisa memonetisasikan dan keuntungan yang di dapatkan mungkin butuh waktu dan strategi yang perlu dilakukan bisa dapat membiayai produksi Tiktok ini dapat membuka praktek mandiri, memberi edukasi saat dilakukan pelayanan pasien sehingga membutuhkan media sosial Tiktok di distribusikan jasa yang diberikan oleh pasien tentang kesehatan gigi. Kemungkinan aplikasi Tiktok ditutup, platform yang sejenis yaitu Youtube, Instagram dan Facebook aplikasi tersebut bisa digunakan untuk melanjutkan usaha tentang promosi kesehatan Gigi dan Mulut sehingga usaha ini tidak berhenti begitu saja. Hasil penelitian ini di dukung dengan pendapat.

Aspek pasar dan pemasaran ada beberapa komponen yang di analisisnya yaitu di nyatakan layak.

Aspek teknik dan teknologi ditinjau dari beberapa komponen analisisnya yaitu pemilihan lokasi

usaha melalui media sosial Tiktok dengan adanya aplikasi Tiktok pengguna aplikasi Tiktok akan mengetahui bagaimana cara menjaga kesehatan gigi dan mulut dengan baik, penelitian ini sejalan dengan (wibowo 2021) media sosial memiliki dampak yang cukup besar terhadap masyarakat Indonesia, Tiktok sebagai media sosial yang sedang naik daun memiliki pengaruh yang cukup tinggi.

Sistem Produksi, Lokasi proyek pembuatan video animasi menggunakan aplikasi Canva dan untuk pengisi suara menggunakan Capcut kemudian video animasi di upload di media sosial Tiktok.

Teknis Usaha, Langkah awal membuat naskah tentang pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut dan dinilai kelayakan dari materi yang akan di tungkan ke dalam video setelah dinyatakan layak oleh ahli materi maka selanjutnya proses pembuatan video, setelah itu membuat video animasi menggunakan aplikasi Canva dan untuk mengisi suara menggunakan aplikasi Capcut setelah dilakukan penilaian oleh ahli media dan dinyatakan layak video animasi bisa untuk di upload di media sosial Tiktok, setelah itu membagikan link akun media sosial Tiktok agar dapat mengetahui tentang program pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut.

Penentuan Lokasi, Saya menjual produk video edukasi dengan produksi sendiri dan membuat naskah materi tentang

pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut sendiri, bekerja sama dengan ahli materi, ahli media dan ahli kewirausahaan. tempat usaha yang akan di pakai yaitu online, menawarkan produk melalui sosial media Tiktok. Untuk tenaga kerjanya sendiri, untuk gedung/bangunan masih menggunakan rumah sendiri berhubungan bisnis ini menggunakan basis media sosial.

Aspek teknis dan teknologi ada beberapa komponen yang di analisisnya yaitu nyatakan layak.

Aspek manajemen oprasional ditinjau dari beberapa komponen analisisnya yaitu penyusunan rencana kerja usaha promosi kesehatan gigi dan mulut melalui media sosial Tiktok bertujuan ingin meningkatkan pengetahuan pengguna media sosial Tiktok tentang bagaimana cara menjaga gigi dan mulut dengan baik. Faktor produksi usaha promosi kesehatan gigi melalui platfrom Tiktok cukup tersedia karena memiliki akses prangkat lunak, kemampuan membuat konten tentang promosi kesehatan gigi dan mulut dibuat menarik dan ide membuat konten tidak terbatas, oprasi pembuatan usaha secara online lahan pembuatannya di mana saja, pasar edukasi di Tiktok cukup besar karena banyak masyarakat pengguna media sosial Tiktok peduli akan menjaga kesehatan gigi dan mulutnya, untuk biaya menjalankan usaha promosi kesehatan gigi dan mulut hanya

menggunakan biaya untuk internet, SDM dari usaha promosi kesehatan Gigi dan Mulut memiliki kemampuan ide kreatif, menjalani komunikasi di saat masyarakat ingin bertanya tentang kesehatan gigi dan mulut, bahan baku memiliki sumber materi dari beberapa sumber terpercaya.

Prosedur yang digunakan membuat scrip tentang kesehatan gigi dan mulut, membuat konten, jadwal upload video, alasan pengguna media sosial Tiktok mengikuti dan tidak mengikuti dominan alasan yang di kemukakan yaitu bermanfaat, perlu mempertimbangkan unsur-unsur materi atau konten yang sedang viral, sehingga lebih menarik minat.

Aspek manajemen oprasional ada beberapa komponen dinyatakan layak.

Aspek ekonomi dan keuangan, Berdasarkan data dari Bank Indonesia, suku bunga bank saat ini sebesar 6%. Jika seorang investor ingin memberikan modal kepada usaha ini sebesar Rp84.000.000, maka akan mendapatkan, keuntungan yang lebih besar daripada suku bunga bank. Untuk mencapai pengembalian modal dalam waktu 1 tahun. diperlukan pendapatan sebesar Rp 7.100.000/bulan. modal kerja terdapat fix cost yang berjumlah Rp. 6.536.798 untuk variable cost berjumlah Rp. 1.000.000. Total biaya produksi Rp 84.800.000 di tambah Rp.

7.536.798 x 3 bulan total biaya investasi awal Rp. 107.410.394. Pemasukan nilai monetisasi tiktok minimal 1000 followers, dari monetisasi tiktok sendiri mendapatkan uang Rp 100.000 per postingan, usaha video yang di buat dengan 10 video Rp 100.000 kali 10 video ada di angka 1.000.000 karena hasil yang sudah di dapat tidak menutupi modal awal maka ada 2 cara, cara pertama untuk mendapatkan keuntungan dari usaha ini yaitu membuat video berjumlah 80 video tetapi jumlah followers masih ada di angka 1000 followers maka bisa mendapatkan hasil Rp 100.000 kali 80 video ada di angka Rp 8.000.000, cara perhitungannya yaitu dan cara kedua memiliki jumlah followers menambah minimal 8000 followers dengan estimasi 10 video perbulan maka bisa mendapatkan hasil Rp 800.000 kali 10 video ada di angka Rp 8.000.000. maka dari 2 cara tersebut bisa menutupi modal awal dan mendapatkan keuntungan.

Aspek ekonomi dan keuangan ada beberapa komponen dinyatakan layak.

Aspek yuridis, Kajian ini sejalan dengan ketentuan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Perusahaan, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pasal 24 peraturan ini meliputi pembuatan, pengumuman, dan

penyebaran iklan elektronik untuk tujuan pemasaran atau promosi, serta kesesuaian bentuk badan hukum dengan gagasan yang dijalankan dan kemampuan usaha dalam memenuhi persyaratan dan perizinan. Kajian ini juga mengikuti pedoman yang ditetapkan oleh Widarty 2024.

Aspek yuridis ada beberapa komponen yang di analisis yaitu aspek yuridis dinyatakan layak.

SIMPULAN

Aspek pasar dan pemasaran dengan beberapa komponen yang di analisisnya yaitu segmentasi pasar, pasar sasaran, posisi pasar, produk, harga, tempat, promosi, penilaian dari ahli kewirausahaan sudah terpenuhi dan aspek pasar dan pemasaran dinyatakan layak.

Aspek teknis dan teknologi dengan komponen yang dianalisisnya yaitu pemilihan lokasi usaha, jenis mesin atau peralatan lainnya sesuai dengan kapasitas produk, tata letak, pemilihan dari kewirausahaan sudah terpenuhi dan aspek teknik dan teknologi dinyatakan layak.

Aspek manajemen operasional dengan komponen yang dianalisisnya yaitu penyusunan rencana kerja, siapa yang terlibat, bagaimana mengkoordinasi dan pengawasan pelaksanaan usaha, struktur organisasi, penilaian dari ahli kewirausahaan sudah terpenuhi dan aspek manajemen operasional dinyatakan layak.

Aspek ekonomi dan keuangan dengan komponen yang dianalisisnya yaitu biaya investasi, modal kerja, sumber modal, penilaian ahli kewirausahaan sudah terpenuhi dan aspek ekonomi dan keuangan dinyatakan layak.

Aspek yuridis dengan komponen yang dianalisisnya yaitu legalitas usaha yang dijalankan, ketepatan bentuk badan hukum dengan ide usaha yang dijalankan, kemampuan usaha yang diusulkan dan memenuhi syarat perizinan, penilaian ahli kewirausahaan sudah terpenuhi dan aspek yuridis dinyatakan layak.

DAFTAR RUJUKAN

1. Rangkuit, F. (2000). Manfaat Studi Kelayakan. In *Grpadimedan.Com*.
[https://grapadimedan.com/2018/12/02/manfaat-studi-kelayakan/\(JURNAL\)](https://grapadimedan.com/2018/12/02/manfaat-studi-kelayakan/(JURNAL)) (23 Oktober 2023)
2. Arumsari, F. (2017). Pembiasaan Menggosok Gigi Untuk Menjaga Kesehatan Gigi Dan Mulut. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(2), 478–483.
<https://doi.org/10.21831/jpa.v3i2.11702>
3. Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1),137.
<https://doi.org/10.24912/jmis-humsen.v1i1.343> (20 Oktober 2023)
4. Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Science and Innovation Technology*, Vol 1(No1), 565–572.
<http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
5. Nugraheni, H., Sunarjo, L., & Wiyatini, T. (2018). Teacher’S Role on Oral Health Promoting School. *Jurnal Kesehatan Gigi*, 5(2), 13.
<https://doi.org/10.31983/jkg.v5i2.3857>
6. Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*,3(1).
<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625> (04 November)
7. Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106> (10 November 2023)
8. Pitaloka, D. A. M. (2019). Tingginya Angka OHI-S Dilihat dari Perilaku Cara Menggosok Gigi yang Benar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
9. Masayu Nurhayati*, S. D. (2019). Pengaruh mengonsumsi biskuit manis dan asin terhadap perubahan pH saliva pada mahasiswa di Asrama

- Keperawatan Gigi Poltekkes Palembang. *Journal of Dentistry*, 1(1), 13–16.
10. Agung I Gusti Ayu Ari, & Farida, N. D. (2017). Asupan Gizi, Pola Makan Dan Kesehatan Gigi Anak. *Interdental Jurnal Kedokteran Gigi*, 13(1), 21–24. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/interdental/article/view/355>
 11. Faisal, M. (2015). Differences in Plaque Index Brushing With a Toothbrush Hairy Soft and Brushing With a Toothbrush Hairy Medium Being on Grade 4 and 5 Students At Public Primary Schools 07 Air Camar Kecamatan Padang Timur Tahun 2015. *Jurnal Kesehatan Gigi*, 3(2), 83.
 12. Sukanto. (2012). Takaran dan Kriteria Pasta Gigi yang Tepat untuk Digunakan pada Anak Usia Dini. *Stomatognatic*, 9(2), 104–109
 13. Arumsari, F. (2017). Pembiasaan Menggosok Gigi Untuk Menjaga Kesehatan Gigi Dan Mulut. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(2), 478–483. <https://doi.org/10.21831/jpa.v3i2.11702>
 14. Fatimah, Suci Dewi; Hasanudin, Cahyo; Amin, A. K. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Mendemonstrasikan Teks Drama. *Indonesian Journal Of ...*, 1(2), 120–128. <http://ijoehm.rcipublisher.org/index.php/ijoehm/article/view/19>
 15. Gunawati, U., & Sudarwati, W. (2017). Analisis Studi Kelayakan Usaha Bisnis Cassava Chips Di Perumahan Mardani Raya. *Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 4(1), 35–44.