

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGIDAP MRKH SYNDROME
SEBAGAI SARANA KNOWLEDGE SHARING MELALUI
MEDIA SOSIAL TIK TOK
(Tinjauan Etnografi Virtual pada Akun @ani_ompong)**

Ajrun 'Azhim Al As'hal, Muhammad Inayat, Mega Adjie Wikhda
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ajrunazhimalashal31@gmail.com

Abstract

This research aims to dissect the characteristics of women suffering from MRKH Syndrome experienced by one of the content creators named @ani_ompong and explain in more depth the communication strategies used in providing knowledge sharing to the wider community about MRKH Syndrome via social media TikTok. The method used is the virtual ethnography method. Data collection was obtained from observations and documentation from the @ani_ompong account. Supporting data was also obtained from related literature and other online platforms. The results of the research explain the characteristics experienced by the owner of the @ani_ompong account as someone suffering from MRKH Syndrome, such as not having a uterus, not having a menstrual cycle, and not having a vaginal opening. And the communication strategy used by the @ani_ompong account in providing knowledge sharing on TikTok social media is by performing attractions, jokes, and even using Javanese to convey education about the syndrome he is experiencing. The account owner also gets quite a large income from the virality of his content and often gets offers to do endorsements and paid promotions.

Keywords: *Communication, MRKH Syndrome, Knowledge Sharing, TikTok*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membedah ciri-ciri perempuan pengidap Sindrom MRKH yang dialami oleh salah satu *content creator* yang bernama @ani_ompong serta menjelaskan lebih dalam strategi komunikasi yang digunakan dalam memberikan *knowledge sharing* kepada masyarakat luas tentang Sindrom MRKH melalui media sosial TikTok. Metode penelitian menggunakan metode

etnografi virtual. Pengumpulan data diperoleh berasal dari observasi dan dokumentasi dari akun @ani_ompong. Data-data pendukung juga didapatkan dari literatur terkait serta *platform online* lain. Hasil dari penelitian menjelaskan tentang ciri-ciri yang dialami oleh pemilik akun @ani_ompong sebagai seorang pengidap Sindrom MRKH seperti tidak memiliki Rahim, tidak mengalami siklus mens, hingga tidak berkembangnya lubang vagina. Serta strategi komunikasi yang digunakan akun @ani_ompong dalam memberikan *knowledge sharing* di media sosial TikTok adalah dengan melakukan atraksi-atraksi, lelucon, hingga penggunaan Bahasa Jawa dalam menyampaikan edukasi tentang Sindrom yang dialaminya. Pemilik akun juga mendapatkan pemasukan yang lumayan besar dari viralnya konten-kontennya sekaligus sering mendapatkan tawaran untuk melakukan *endorsement* dan *paid promote*.

Kata Kunci: *Komunikasi, Sindrom MRKH, Knowledge Sharing, Tik Tok*

A. INTRODUCTION

Setiap perempuan menginginkan kehidupan yang sempurna, seperti selalu ingin tampil cantik, menawan, hingga memiliki keluarga yang harmonis (Satria & Junaedi, 2022). Namun sayangnya, tidak semua perempuan diciptakan dalam keadaan yang sempurna. Salah satunya adalah para perempuan pengidap *MRKH Syndrome*. Sindrom Mayer-Rokitansky-Kuster-Hauser atau yang sering disebut dengan Sindrom MRKH merupakan sebuah penyakit atau kelainan pada perempuan yang ditandai dengan tidak berkembangnya vagina dan uterus (Damanik, 2024). Para pengidap biasanya memiliki ciri-ciri seperti tidak mengalami menstruasi hingga usia 16 tahun, lubang vagina yang kecil, hingga sulitnya untuk melakukan hubungan badan melalui vagina (Airindya Bella, 2024). Keadaan ini tentunya membuat kehidupan perempuan terbatas bahkan merasa dirinya tidak sama seperti perempuan pada umumnya (tidak sempurna).

Rendahnya wawasan dan ilmu tentang pengidap sindrom MRKH membuat masyarakat beranggapan buruk bagi penderitanya, sehingga menambah pengaruh dalam segi emosional dan psikis. Ketidaksempurnaan yang menjadikan para pengidap merasa semakin rendah diri, menutup diri dari lingkungan, hingga menyerah pada keadaan (Muhammad Ibnu Akbar Nuryadi, 2023). Padahal sejatinya mereka masih bisa melakukan aktivitas layaknya perempuan lain seperti belajar, bekerja, bahkan menikah (Wulandari & Lewa, 2020). Maka dari itu dibutuhkan sebuah cara atau strategi komunikasi dalam menyebarkan wawasan dan pengetahuan (*knowledge sharing*) kepada masyarakat luas tentang kelainan sindrom MRKH. Sehingga bisa memberikan pengetahuan baru tentang sindrom MRKH sekaligus memberikan semangat dan motivasi bagi para perempuan yang memiliki kelainan tersebut.

Pemanfaatan media sosial terutama TikTok bisa menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif dalam melakukan *knowledge sharing* dimana saja dan kapan saja (Putra & Doddy Iskandar, 2023). Keadaan tersebut juga dilakukan oleh seorang *content creator* yang bernama @ani_ompong. Dia merupakan salah satu contoh perempuan pengidap Sindrom MRKH di Indonesia. Sebagai *content creator* dia sangat aktif dalam membuat konten-konten yang lucu dan jenaka untuk menarik para pengguna (Cecariyani & Sukendro, 2019). Konten-konten tersebut di unggah di media sosial TikTok miliknya. Beberapa konten tersebut berisi tentang edukasi dan penjelasan tentang apa itu Sindrom MRKH, ciri-ciri para penderita MRKH, dan lain sebagainya. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemilik akun @ani_ompong dalam memberikan wawasan dan ilmu baru terkait para penderita Sindrom MRKH (*knowledge sharing*) kepada masyarakat umum. Bahkan tidak sedikit para netizen yang saling memberikan semangat, tambahan informasi, hingga berbagi cerita antar pengidap kelainan Sindrom MRKH.

Penelitian tentang strategi komunikasi perempuan pengidap sindrom MRKH sebagai *knowledge sharing* melalui media sosial TikTok penting dilakukan. Setidaknya terdapat 2 alasan fundamental yang mendasari penelitian. Pertama, para pengidap sindrom MRKH selalu merasa dirinya rendah dan berbeda. Mereka menganggap bahwa mereka bukan perempuan seutuhnya, sehingga membuat mereka lebih sering untuk menutup diri dan enggan untuk bersosialisasi. Padahal pengidap sindrom MRKH masih bisa beraktivitas layaknya perempuan pada umumnya. Kedua, rendahnya pengetahuan tentang kelainan ini membuat banyak orang takut dan memberikan stigma negatif bagi para pengidap sindrom MRKH. Padahal kelainan ini tidak menular dan tidak berbahaya bagi orang lain. Maka dari itu penelitian akan mengkaji secara mendalam tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh salah satu *content creator* TikTok dengan nama akun @ani_ompong yang merupakan salah satu pengidap Sindrom MRKH dalam memberikan *knowledge sharing* kepada para masyarakat luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan lebih dalam tentang Sindrom MRKH yang dialami oleh @ani_ompong serta membedah apa saja strategi komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi (*knowledge sharing*) kepada masyarakat luas.

B. THEORETICAL FRAMEWORK

Penelitian tentang perempuan pengidap Sindrom MRKH sebenarnya sudah diteliti sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ibnu Akbar Nuryadi, (2023) yang berjudul "Pola Asuh Orang Tua terhadap

84 Strategi Komunikasi Pengidap *Mrkh Syndrome* Sebagai Sarana *Knowledge Sharing* Melalui Media Sosial Tik Tok (Tinjauan Etnografi Virtual pada Akun @ani_ompong)

Remaja Perempuan dengan Sindrom Mayer Rokitansky Kuster Hauser dalam Psikologi Pendidikan Islam” penelitian ini membahas bagaimana pola didikan dan pola bimbingan yang dilakukan oleh orang tua terhadap anak perempuannya yang mengidap Sindrom MRKH. Metode yang dipakai oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif. Hasil yang didapatkan adalah orang tua dari remaja pengidap Sindrom MRKH menggunakan model pola asuh otoritatif serta penggunaan pola komunikasi yang baik, keramahan, serta kemandirian orang tua

Penelitian kedua dilakukan oleh Reski Wulandari & Irfan Lewa, (2020) berjudul “Pernikahan Perempuan Sindrom Mayer Rokitansky Kuster Hauser Perspektif Hukum Islam” menjelaskan tentang apa saja akibat yang ditimbulkan oleh pernikahan yang diakibatkan oleh para perempuan pengidap Sindrom MRKH menurut perspektif islam. Metode yang digunakan yaitu *library research*. Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu dampak sosial, dampak kesehatan, dan dampak psikologis bagi para perempuan pengidap sindrom MRKH. Seperti perempuan mengalami banyak intimidasi dari lingkungan sekitar serta ketidakpercayaan pada diri sendiri yang dapat secara tidak langsung mengakibatkan depresi dan kesehatan mental yang rendah. Penelitian tersebut juga menghasilkan bahwa hukum menikahi para perempuan pengidap kelainan dalam perspektif islam dapat bermacam-macam

Penelitian ketiga, Yeni et al., (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Mayer-Rokitansky-Kuster-Hauser *syndrome*” menjelaskan tentang sindrom MRKH yang ditandai dengan aplasia uterus, serviks, dan vagina bagian atas akan tetapi ovariumnya masih berjalan selayaknya perempuan normal. Kasus kelainan MRKH sebenarnya masih rendah dibandingkan dengan kasus-kasus lain. Hasil dari penelitian didapatkan bahwa diagnosis Sindrom MRKH didapatkan dari hasil anamnesis dengan amenorea primer, pemeriksaan fisik, serviks, dan lain sebagainya

Persamaan ketiga penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan saat ini adalah menjelaskan tentang para perempuan pengidap Sindrom MRKH. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan adalah peneliti ini lebih fokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh salah satu perempuan pengidap Sindrom MRKH sekaligus seorang *content creator* di media sosial TikTok dalam memberikan edukasi dan wawasan atau melakukan *knowledge sharing* tentang Sindrom MRKH yang dideritanya kepada para masyarakat dengan gaya yang lucu dan *absurd*.

C. RESEARCH METHOD

Penelitian ini mengaplikasikan metode etnografi virtual. Metode etnografi virtual adalah metode yang digunakan untuk melihat suatu keadaan

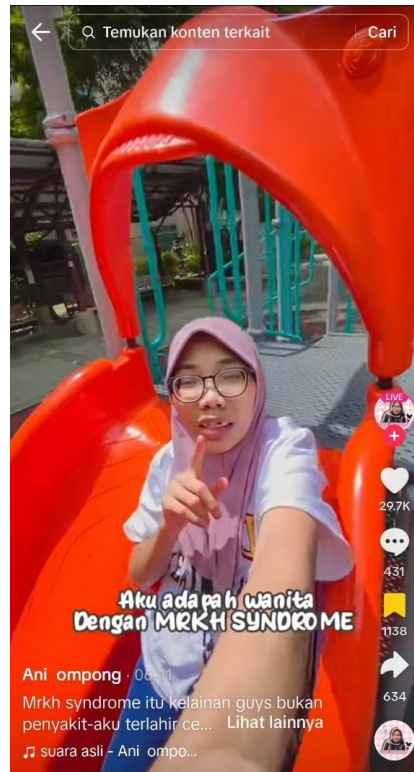
sosial dan budaya para pengguna di ruang digital (Nasrullah, 2014). Etnografi virtual sendiri bertujuan untuk mempersoalkan anggapan yang ada secara global terkait internet, kemudian mendefinisikan internet sebagai sebuah media untuk berkomunikasi (Rachmaniar, 2021). Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi serta data pendukung peneliti didapatkan dari literatur terkait dan juga koleksi/data yang ada di internet baik yang berasal dari sosial media ataupun *platform online* lain. Penelitian etnografi virtual dilakukan pada salah satu *content creator* di media sosial TikTok yang sekaligus sebagai seorang perempuan pengidap Sindrom MRKH dengan nama akun @ani_ompong. Penelitian ini dilakukan pada 17-28 Juli 2024.

D. RESULTS AND DISCUSSION

Sindrom MRKH pada Pemilik Akun @ani_ompong

Perempuan merupakan insan yang sempurna, dibuktikan dengan peran penting perempuan dalam segala aspek kehidupan (Moh. Afif, 2020). Kenyataannya anggapan tersebut tidak selalu bisa diterapkan dalam semua kalangan perempuan. Stereotip tentang perempuan yang sempurna tidak akan lepas dari yang namanya penampilan, kepintaran, dan tingkah laku atau yang sering dikenal dengan *3b brain, beauty, and behavior* (Pratiwi, 2018). Bahkan sekarang stigma perempuan sempurna juga telah merambah ke dunia pernikahan, dimana perempuan yang sempurna harus bisa hamil, bisa masak, bisa mencari uang hingga diharuskan melahirkan secara normal. Sehingga jika para perempuan tersebut tidak bisa memenuhi stigma tersebut seperti perempuan yang tidak bisa hamil (mandul) akan dianggap sebagai perempuan cacat (*flawed woman*).

Fenomena ini yang juga yang dirasakan oleh para pengidap Sindrom MRKH. Mereka menganggap diri mereka rendah, buangan, dan aneh. Sebab para pengidap Sindrom MRKH merasa tidak sama dengan perempuan-perempuan di luar sana. Pemilik akun @ani_ompong menjadi salah satu perempuan pengidap Sindrom MRKH. Dibuktikan dengan pengakuannya sendiri tentang kelainan yang dideritanya. Meskipun terkesan seperti mengumbar aib namun dia berani untuk mengakui bahwa dia adalah salah satu perempuan dengan sindrom tersebut. Hal ini semata-mata hanya untuk memberikan kejujuran ke orang lain (Hamama & Ngatikoh, 2022). Sehingga bisa untuk memberikan pengetahuan tambahan tentang ciri-ciri perempuan dengan Sindrom MRKH dan apa yang selama ini dideritanya (Soesilo & Santoso, 2022).



Gambar 1 Pengakuan Pemilik Akun disertai Penjelasan Sindrom MRKH
(Sumber: Akun @ani_ompong)

Gambar tersebut merupakan salah satu cuplikan video dari pemilik akun @ani_ompong yang menjelaskan tentang Sindrom yang dideritanya dengan menggunakan Bahasa Jawa. Penggunaan Bahasa Jawa sebagai media komunikasi @ani_ompong di dalam video tersebut sebagai sarana untuk menarik para penonton serta untuk melestarikan penggunaan Bahasa Daerah (Firmandasari et al., 2020). Pemilik akun melakukan atraksi-atraksi yang unik seperti melakukan perosotan, bergelantungan, dan lain sebagainya. Video tersebut dijelaskan bahwa perempuan dengan Sindrom MRKH bahwa mereka tidak punya rahim, tidak bisa memiliki keturunan, dan juga kekurangan hormon. Perempuan yang tidak memiliki rahim dipastikan tidak bisa memiliki keturunan, akibatnya akan berdampak pada fisik dan psikis dari perempuan tersebut (Marlinda et al., 2018). Hormon perempuan atau yang sering dikenal dengan hormon estrogen memiliki pengaruh terhadap proses atau siklus menstruasi.

Pemilik akun @ani_ompong dalam video di medias sosial TikToknya mengungkapkan bahwa selama ini dia tidak pernah membeli pembalut sebab tidak pernah mengalami menstruasi selama hidupnya. Keadaan ini disebabkan oleh hormon estrogennya tidak sama dengan perempuan pada umumnya. Pemilik @ani_ompong juga memaparkan bahwa dia dan para perempuan pengidap Sindrom MRKH sering disebut oleh masyarakat luas dengan kata-

kata “laura (lanang ora wadon ora)” atau yang dalam Bahasa Indonesianya berarti bukan laki-laki juga bukan perempuan. Mereka juga. Ungkapan tersebut sebenarnya merupakan sebuah hinaan dan cacian kepada pemilik akun @ani_ompong serta para perempuan pengidap Sindrom MRKH, bahkan bisa menjadi sebuah penurunan citra dan martabat seorang perempuan (Laily et al., 2022).

Strategi Komunikasi Akun @ani_ompong sebagai *Knowledge Sharing* melalui Media Sosial TikTok

Media sosial TikTok menjadi salah satu media sosial terpopuler saat ini, dibuktikan dengan banyaknya para pengguna. Menurut data dari laporan yang dihimpun oleh *We Are Social*, menyebutkan TikTok bertengger ke dalam 5 besar media sosial paling hits di dunia awal 2024 (Cindy Mutia Annur, 2024). Hingga Januari 2024 pengguna aktif TikTok telah menyentuh angka 1,56 miliar. Pemanfaatan media sosial TikTok saat ini tidak hanya sebagai sarana hiburan (*entertain*) atau eksistensi diri (Yohana Noni Bulele & Toni Wibowo, 2020). Media sosial TikTok telah bertransformasi sebagai salah satu media sosial yang digemari oleh masyarakat luas dalam menyebarkan informasi yang berguna dan bermanfaat bagi semua orang (Wuwungam et al., 2022).

Budaya komunikasi yang mudah melalui media sosial TikTok dalam memberikan dan menyebarkan informasi ke masyarakat umum dimanfaatkan oleh beberapa pihak dalam memberikan edukasi dan wawasan baru (Auza'il et al., 2023). Tidak heran jika banyak para *content creator* yang berasal dari para akademisi, ahli kesehatan, hingga para pejabat negara. Keadaan ini juga yang dilakukan oleh salah satu *content creator* asal Indonesia yang saat ini bekerja di luar negeri, sekaligus merupakan perempuan pengidap sindrom MRKH dalam memberikan dan menyebarkan informasi (*knowledge sharing*) terkait segala sesuatu tentang sindrom MRKH. *Content creator* tersebut bernama Mbak Ani atau yang dikenal dengan akun @ani_ompong.

Akun @ani_ompong merupakan salah satu *content creator* di media sosial TikTok yang cukup terkenal. Saat ini dia memiliki jumlah pengikut sebanyak 324.4k serta total suka sebanyak 9.3m pada akun TikToknya. Jumlah pengikut yang besar ini memberikan dampak dan jangkauan yang besar pula dalam memberikan pengetahuan atau wawasan ke orang lain (Boentoro et al., 2020). Strategi komunikasi yang digunakan oleh akun @ani_ompong dalam *knowledge sharing* yaitu dengan pembuatan konten-konten yang lucu, *absurd* dan tidak biasa (unik). Seperti dengan bergelantungan di ayunan, tiduran di beton pembatas jalan, dan lain sebagainya. Penggunaan strategi ini efektif dalam

menarik *viewers* untuk menonton seluruh konten yang ditampilkan, sehingga menjadikan konten tersebut populer (Muhammad Gaffari, 2023).

Salah satu konten videonya menampilkan tentang karakteristik dari seorang perempuan pengidap Sindrom MRKH. Video tersebut menjelaskan bahwa perempuan pengidap Sindrom MRKH terlahir perempuan dan sampai mati pun akan perempuan. Perbedaannya dengan perempuan normal terletak pada tidak adanya rahim sehingga tidak akan bisa memiliki anak, tidak haid, dan tidak berkembangnya lubang vagina. Pembawaan yang dilakukan oleh pemilik akun @ani_ompong sangat lucu. Terbukti video tersebut viral dan telah ditonton sebanyak 4.3 m orang. Keadaan ini akan memiliki dampak yang besar seperti jangkauan audiens yang bertambah besar sehingga konten tersebut bisa bermanfaat bagi banyak orang (Yang et al., 2019).



Gambar 2 Pemilik Akun Melakukan Atraksi diikuti dengan Edukasi Tentang Sindrom MRKH (Sumber: Akun @ani_ompong)

Cuplikan gambar tersebut menampilkan pemilik akun @ani_ompong sedang bergelantungan di ayunan anak-anak disertai dengan penjelasan tentang penjelasan ciri-ciri perempuan yang mengidap sindrom MRKH. Karena konten yang lucu dan pembawaannya yang jenaka membuat video tersebut memiliki banyak penonton (Agisna & Mahadian, 2022). Dibuktikan dengan jumlah *likes* yang didapat sebanyak 212.6k, komentar 1361, 7721 orang yang menyimpan video tersebut, serta *share* sebanyak 6515. Bahkan di dalam kolom komentar pada akun @ani_ompong juga terdapat banyak pertanyaan terkait

Sindrom MRKH seperti “apakah mereka mandul”, “bagaimana dengan hormon perempuan”, “sejak kapan tau kalau mengidap sindrom tersebut” hingga “apakah bisa menikah”. Hal tersebut menunjukkan adanya kegiatan transfer informasi antara pemilik akun dengan penonton (Pradika & Sumardjijati, 2023).



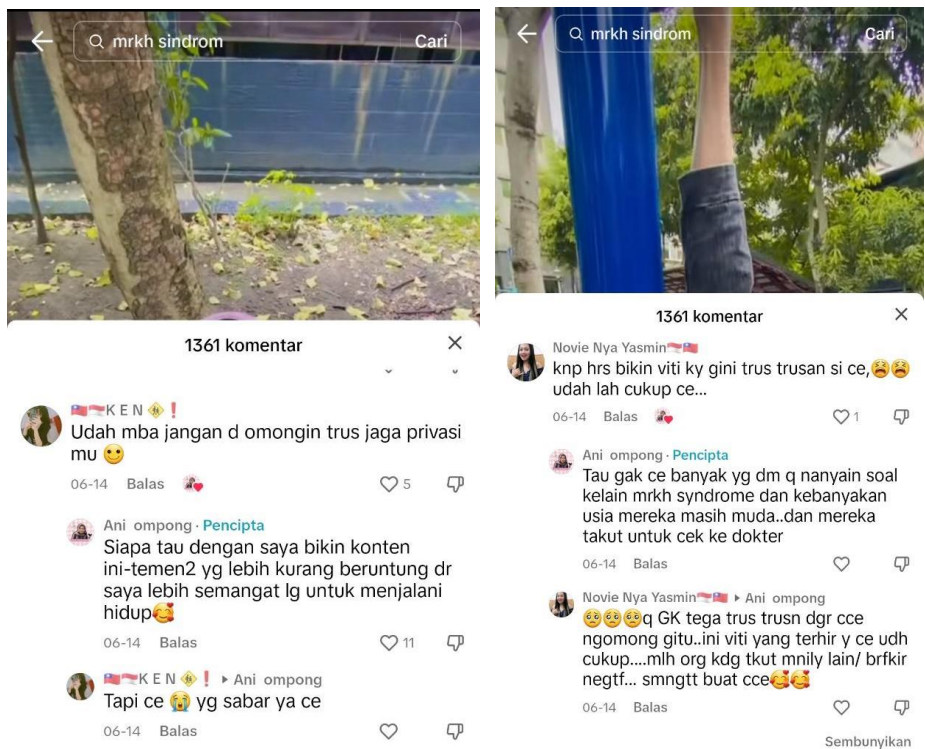
Gambar 3 Beberapa Pertanyaan dari Netizen tentang Sindrom MRKH (Sumber: Akun @ani_ompong)

Terdapat tambahan penjelasan yang disampaikan oleh para *viewers* tentang perempuan pengidap sindrom MRKH seperti “payudara tidak berkembang”, “adanya kelainan ini karena kelainan kromosom”, dan lain sebagainya. Pemberian *feedback* atau umpan balik membuktikan adanya pola komunikasi yang efektif yang dilakukan oleh pemilik akun @ani_ompong dengan para audiens (Rahmasari et al., 2023). Terlihat pula banyak dukungan yang diberikan oleh para netizen kepada pemilik akun @ani_ompong seperti “yang sabar”, “tetap semangat dan bersyukur”, “peluk jauh ceceku”, dan kata-kata motivasi lain baik dari sesama perempuan ataupun laki-laki. Bentuk dukungan yang diberikan baik dari sesama perempuan (*womam support woman*) ataupun dukungan yang diberikan oleh laki-laki bagi para pengidap dapat memberikan efek sosial dan psikologis yang baik, sehingga mereka merasa lebih diperhatikan, disayangi, dan memiliki kekuatan diri kembali (Amithasari & Khotimah, 2021).



Gambar 4 Bentuk Dukungan kepada Pemilik Akun
(Sumber: Akun @ani_ompong)

Pemilik akun @ani_ompong juga menyampaikan dalam balasan di kolom komentarnya bahwa alasan mendasar dalam membuat konten-konten di TikTok adalah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Serta sebagai media promosi kesehatan kepada semua orang yang tidak mengetahui tentang kelainan tersebut (Micko et al., 2022). Selain itu juga pembuatan konten-konten tentang Sindrom MRKH dapat memberikan penyemangat bagi para perempuan diluar sana yang kurang beruntung agar tetap menjalani hidup dengan penuh bersyukur dan juga bersemangat. Sebab setiap manusia yang sedang menghadapi kesulitan hidup atau kekurangan biasanya tidak bisa bersabar apalagi bersyukur (Andriyani, 2019). Padahal seharusnya ujian tersebut bisa menjadikan sarana manusia untuk tetap bersyukur dan mendekatkan diri kepada Tuhan (mempertebal iman) (Setianingsih, 2019).



Gambar 5 Alasan Pemilik Akun Sering Membuat Konten Tentang Sindrom MRKH

(Sumber: Akun @ani_ompong)

Pembuatan konten yang menarik tersebut ternyata tidak hanya sebagai sarana untuk melakukan *knowledge sharing* saja. Namun juga bisa digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan *personal branding*. *Personal branding* merupakan sebuah identitas seseorang yang tidak dimiliki orang lain guna memberikan kesan khusus dan beda (Kholisoh & Wahyuni, 2017). Pemilik akun @ani_ompong memiliki ciri khusus dibandingkan dengan *content creator* lain seperti konten-kontennya yang lucu, jenaka, hingga pembuatan konten edukasi tentang Sindrom MRKH. Terbukti dengan banyaknya konten-konten yang edukatif namun disajikan dengan cara yang unik, pemilik akun @ani_ompong mendapatkan banyak tawaran *endorsement* dan juga *paid promote*. Hal ini memberikan dampak signifikan bagi pemilik akun @ani_ompong. Salah satunya adalah mendapatkan uang dan royalti dari kerjasama tersebut (Wicaksono et al., 2023).

E. CONCLUSION

Hasil dari penelitian dijelaskan bahwa ciri-ciri Sindrom MRKH yang diderita oleh pemilik akun @ani_ompong tidak memiliki rahim, tidak bisa mempunyai anak, tidak berkembangnya lubang vagina, hingga tidak mengalami siklus menstruasi. Penelitian ini juga menghasilkan pola strategi

komunikasi yang dilakukan oleh pemilik @ani_ompong dalam menyebarkan wawasan atau *knowledge sharing* kepada masyarakat tentang Sindrom MRKH dengan cara membuat konten-konten di media sosial TikTok yang dibalut dengan candaan, atraksi yang *nyeleneh*, hingga penggunaan Bahasa Daerah (Bahasa Jawa). keberhasilan dari pembuatan konten tersebut dibuktikan dengan banyaknya video yang viral hingga pemilik akun sering mendapatkan tawaran *endorsement* sehingga menambah pemasukan.

Saran dari penelitian adalah penelitian ini masih belum sempurna, maka perlu ditingkatkan dan dikaji lebih dalam terkait para perempuan pengidap Sindrom MRKH khususnya di Indonesia. Serta diharapkan pula ke depannya terdapat lebih banyak para peneliti, akademisi, hingga pakar dalam memberikan atensi kepada para perempuan pengidap Sindrom MRKH, sehingga para perempuan yang memiliki kelainan tersebut dapat merasa diperhatikan agar mereka kembali merasa lebih percaya diri, kuat, dan mau untuk bangkit.

F. REFERENCES

- Agisna, M., & Mahadian, A. B. (2022). Analisis Humor Dalam Konten Tiktok @fadlanholao. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 19–30. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v6i1.7536>
- Amithasari, I., & Khotimah, H. (2021). Pengaruh dukungan sosial keluarga terhadap harga diri perempuan korban kekerasan dalam pacaran. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 16(2), 83–92. <https://doi.org/10.26905/jpt.v16i2.7699>
- Andriyani, J. (2019). Strategi Coping Stres Dalam Mengatasi Problema Psikologis. *At-Taujih : Bimbingan Dan Konseling Islam*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.22373/taujih.v2i2.6527>
- Annur, Cindy Mutia. (2024). *TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia pada Awal 2024*. diakses pada 28 Juli 2024. pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024#:~:text=Berdasarkan%20laporan%20terbaru%20We%20Are,pengguna%20aktif%20hingga%20Januari%202024>
- Anisa, Rachmaniar, Puji Prihandini, Renata. (2021). Studi Etnografi Virtual Tentang Budaya Mahasiswa dalam Perkuliahan Online di Aplikasi Zoom, *Media Komunikasi FPIPS*.
- Auza'ail, M. A., Faturrokhman, M. L., Sahiba, I. A. N., Zahro, K., Rofiatur, R., & Gunawan, A. (2023). Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Suatu Organisasi: Analisis Gaya Komunikasi Antar Pengurus Ukm-F

Kewirausahaan Uin Gusdur Pekalongan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Islam Vol. I No. 1 (2023) 33-48, I(1), 33-48.*

Bella, Airindya. (2024). MRKH Syndrome, Hilangnya Bagian Dalam Reproduksi Wanita.

Boentoro, Y., Paramita, S., & Paramita, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Viral Marketing (Studi Kasus Kopi Kwang Koan). *Prologia*, 4(1), 141. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6455>

Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2019). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3735>

Damanik, L. P. (2024). Transplantasi Uterus untuk Mengatasi Absolute Uterine Factor Infertility (AUFI) pada Sindrom. *Cermin Dunia Kedokteran*, 51(7), 417-421.

Firmandasari, R. A., Suryawinata, M., Hasanah, F. N., & Untari, R. S. (2020). Game Bahasa Jawa Krama Sebagai Media Pembelajaran Anak Berbasis Android. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 5(2), 150. <https://doi.org/10.29100/jupi.v5i2.1807>

Hamama, S., & Ngatikoh, N. (2022). Hukum Curhat di Media Sosial Perspektif Etika Berumah Tangga. *As Syar'e Jurnal Syariah & Hukum*, 1(1), 20-25.

Kholisoh, N., & Wahyuni, D. E. (2017). Media Sosial Youtube sebagai Sarana Membentuk Citra Diri (Studi Kasus Personal Branding Laurentius Rando). *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 01(01). <http://www.duniaku.net/2016/04/11/hikah-kasus->

Laily, S. N., Werdingingsih, Y. K., & Zaidah, N. (2022). Kekerasan terhadap Tokoh Perempuan dalam Novel Prasetyane Wanita Karya Tulus Setiyadi Kajian Feminisme. *JISABDA: Jurnal Ilmiah Sastra Dan Bahasa Daerah, Serta Pengajarannya*, 3(2), 16-28. <https://doi.org/10.26877/jisabda.v3i2.11350>

Marlinda, M., Afiyati, Y., & Budiati, T. (2018). Asuhan Keperawatan Pada Klien Dengan Kista Endometriosis Menggunakan Pendekatan Teori Comfort Dan Loss & Grief. *Jurnal Kesehatan Panca Bhakti Lampung*, 6(2), 117. <https://doi.org/10.47218/jkpbl.v6i2.48>

Micko, S. W., Pranowo, A., & Ulfa, S. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Untuk Sarana Promosi Kesehatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion*, 4(1), 207-212. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPM>

Moh. Afif. (2020). Peran Perempuan Dalam Pendidikan Perspektif M. Quraish

- Shihab. *Tadris : Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Pendidikan Islam*, 13(2), 1-10.
<https://doi.org/10.51675/jt.v13i2.60>
- Muhammad Gaffari. (2023). Persepsi dan Pemaknaan Anak Muda terhadap Tayangan Konten Pemuda Tersesat di Channel YouTube Majelis Lucu Indonesia. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(1), 33-45.
<https://doi.org/10.20473/medkom.v3i1.36286>
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana
- Nuryadi, M. I. A. (2023). POLA ASUH ORANG TUA TERHADAP REMAJA PEREMPUAN DENGAN SINDROM MAYER ROKITANSKY KUSTER HAUSER DALAM PSIKOLOGI PENDIDIKAN ISLAM. 0-49.
- Pradika, M. F., & Sumardjijati. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Pof Perfume. *Journal on Education*, 05(04), 12807-12820.
<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2267>
- Pratiwi, R. Z. B. (2018). PEREMPUAN DAN KONTES KECANTIKAN (Analisis Mengenai Konstruksi Citra dalam Bingkai Komodifikasi). *Jurnal An-Nida*, 10(2), 133-143.
- Putra, R. A., & Doddy Iskandar. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. JX di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 141-148.
<https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3128>
- Rahmasari, R. F., Prayogo, M. D., & Pristiana, A. F. (2023). MANAJEMEN MEDIA INFORMASI DALAM BIROKRASI: STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS KONTEN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI PUBLIKASI LAYANAN ADMINISTRASI KECAMATAN KREMBUNG SIDOARJO. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 3(1), 1-9.
- Satria, G. D., & Junaedi, F. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Garnier Sakura White Dan Wardah White Secret. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 93-119.
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.17753>
- Setianingsih, E. S. (2019). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 130.
<https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v8i2.2844>
- Soesilo, G. B., & Santoso, A. B. (2022). Edukasi Hukum Pasca Diberlakukannya Hukuman Tambahan Kebiri Kimia Bagi Pelaku Kejahatan Seksual Anak. *Surya Abdimas*, 6(3), 565-571. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i3.1934>
- Wicaksono, M. F., Al As'Hal, A. 'Azhim, & Attrri, R. K. (2023). The effect of library exterior design building on increasing student's personal branding through selfie. *Record and Library Journal*, 9(2), 172-186.

<https://doi.org/10.20473/rlj.V9-I2.2023.172-186>

- Wulandari, R., & Lewa, I. (2020). PERNIKAHAN PEREMPUAN SINDROM MAYER ROKITANSKY KUSTER HAUSER PERSPEKTIF HUKUM ISLAM. *Shautana: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab*, 1(3), 607–623.
- Wuwungam, K. E., Himpong, M. D., & Lotulung, L. J. H. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SARANA EDUKASI BAGI MAHASISWA. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(2).
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application-Taking Tik Tok as an Example. *In Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science, ICISS*, 12–14. <https://doi.org/10.25236/iciss.2019.062>
- Yeni, C. M., Khairussani, & Bararah, W. (2020). Mayer-Rokitansky-Kuster-Hauser syndrome. *Jurnal Kedokteran Syiah Kuala*, 74(1), 19–21.
- Yohana Noni Bulele, & Toni Wibowo. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1, 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
-