



Jessika Eskelin, Taru Arpiainen

Jalkaterapiaa TikTokiin

Alan tunnettuuden lisääminen sosiaalista mediaa hyödyntäen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Jalkaterapeutti AMK

Jalkaterapian tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

15.11.2022

Tekijä	Jessika Eskelin & Taru Arpiainen
Otsikko	Jalkaterapiaa TikTokiin
Sivumäärä	42 sivua + 1 liitettä
Aika	15.12.2022
Tutkinto	Jalkaterapeutti AMK
Tutkinto-ohjelma	Jalkaterapian tutkinto-ohjelma
Ohjaajat	Jalkaterapian lehtori, tutkintovastaava Elina Wasenius Jalkaterapian lehtori, Matti Kantola Yliopettaja, Kaarina Pirilä
<p>Jalkaterapia on nuori ja pieni ala. Jalkaterapeutteja on Suomessa vähän. Alalle hakeutuvien määrä oli pienin hyvinvoinnin aloilla 2021-vuonna, jolloin koulutukseen ensisijaisesti haki 27 hakijaa. Jalkaterapeuttien pieni määrä on pitänyt alan huonosti tunnettuna ja jättänyt jalkaterapeutit terveydenhuollon sisällä moniammatillisten työryhmien ulkopuolelle. Tämän monimuotoisen opinnäytetyön tavoitteena on lisätä alan tunnettuutta sosiaalista mediaa hyödyntäen, avaamalla TikTok-tili jalkaterapian tutkinto ohjelmalle. TikTok-tilille oli tarkoitus suunnitella ja kuvata jalkaterapia alasta, ja sen koulutuksesta kertovia videoita. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi jalkaterapian tutkinto-ohjelma.</p> <p>Sosiaalisen median käytön ajatellaan lisääntyvän sosiaali- ja terveydenhuollon aloilla. Koronan myötä sosiaalinen media on vahvistanut asemaansa ihmisten keskuudessa yleisesti. Lyhytvideoilla saavutetaan tällä hetkellä paras näkyvyys sosiaalisessa mediassa, jolla saadaan lisättyä tunnettuutta tehokkaasti.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa tarkastellaan sosiaalisen median käyttöä markkinoinnissa sekä sosiaalisen median käytön hyötyjä ja haittoja organisaatioiden käytössä. TikTokin käytöstä tietoperustana on hyödynnetty sosiaalisen median alan ammattilaisten jakamia kokemuksia. Osana opinnäytetyötä toteutettiin kysely. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää mitä jalkaterapiasta tiedetään, sillä aikaisempia selvityksiä aiheesta ei ole tehty. Kyselyn perusteella selvitettiin mitkä osa-alueet jalkaterapiassa, ja jalkaterapeutin koulutuksessa kiinnostavat yleisesti.</p> <p>Opinnäytetyön tuotoksena avattiin TikTok-tili jalkaterapian tutkinto-ohjelmalle, jossa julkaistiin 12 jalkaterapiasta ja sen koulutuksesta kertovaa TikTok-julkaisua aikavälillä 6.-21.10.2022 TikTok on kiinalainen videoiden jakoon tarkoitettu sovellus, jolla on kuukausittain miljardi aktiivista käyttäjää ympäri maailmaa. TikTok on suosittua nuorilla, mutta nousmassa laajemmankin käyttäjäkunnan suosioon.</p> <p>Monimuotoisen opinnäytetyön prosessissa noudatettiin spiraalimallin mukaista työskentelyä. Prosessissa korostui opinnäytetyön tekijöiden sekä toimeksiantajan vuorovaikutus. Toteutusta ja prosessia on arvioitu toimeksiantajan kanssa yhteistyössä. Oman arvioinnin ja palautteen perusteella opinnäytetyön tavoitteet saavutettiin. Kaikki toimijat olivat tyytyväisiä lopputulokseen. Opinnäytetyön tuotos jää toimimaan osana opetuskäyttöä jalkaterapian tutkinto-ohjelmalle. Jatkossa sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää esimerkiksi osana yrittäjyyden opintoja. Ammatillista viestintää sosiaalisessa mediassa voidaan harjoitella opintojen aikana.</p>	
Avainsanat	Jalkaterapia, tunnettuus, sosiaalinen media, TikTok

Author	Jessika Eskelin ja Taru Arpiainen
Title	Podiatry goes to TikTok
Number of Pages	42 pages + 1 appendices
Date	15.11.2022
Degree	Bachelor of Health Care
Degree Programme	Podiatry
Instructors	Elina Wasenius, Senior Lecturer, Head of Degree Programme Matti Kantola, Senior Lecturer Pirilä Kaarina, Principal Lecturer
<p>Podiatry is still a relatively young and small industry. The number of podiatrists in Finland is comparatively low and it can be argued that yearly small graduation rates keep the industry as somewhat of a hidden field. In 2021 the degree programme in Podiatry was the least popular subject in the social and healthcare sector after receiving 27 applications where podiatry was listed as the first choice of programme. The aim of this thesis is to increase awareness of the field of podiatry through social media. The social media platform chosen was TikTok. The intent was to plan, design, and film videos that give insight into the educational programme but also to the science of podiatry itself. This was done through a TikTok account made for the Metropolia's department of Podiatry. This thesis was mandated by the degree programme in Podiatry.</p> <p>Social media can be seen as sturdy part the future of social and healthcare sectors, especially since the beginning of the COVID -19 pandemic, social media has strengthened its position within majority of people's everyday lives. Short videos (as seen on TikTok) are currently seen as the most effective way of achieving visibility in social media. Consequently, through visibility one can obtain more awareness for the topics presented in named videos.</p> <p>The thesis begins by providing discussion on the uses of social media in marketing and the overall organizational uses of social media as well as the challenges it may provide. Investigation into the usage of TikTok was done by obtaining knowledge from a marketing professional. A questionnaire on the basic knowledge on what people knew about podiatry was performed as a part of this thesis. No similar questionnaire has ever been conducted before. The questionnaire provided insight on what areas of podiatry and the degree programme in podiatry are most interesting to the public. The product of this thesis was a TikTok account made for the Metropolia's department of Podiatry. On the account a total of 12 short videos were published between 06.-21.10.2022. The topics of the videos ranged from podiatry as a science to the degree programme and its contents. TikTok is a video hosting service owned by a Chinese company. The platform has over a billion active users monthly. TikTok is currently more popular among the younger generations but has steadily reached a wider audience.</p> <p>Spiral approach to innovation was at the centre of this thesis process. The positive interactions between the mandator and the writers was highlighted in the process as the development and implementation of the process was continuously evaluated in concert. Based on the self-evaluation and feedback provided the aim of the thesis can said to have been met. Moreover, all the parties involved are satisfied with the outcome of the thesis. The product of the thesis will remain as a part of the teaching material in the degree programme of podiatry and therefore, inclusion of professional communication through social media can be included in to the podiatry study programme in Metropolia.</p>	
Keywords	Podiatry, Visibility, Social media, TikTok

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Jalkaterapeutin koulutus ja ammatti Suomessa	1
3	Sosiaalinen media ja TikTok	2
3.1	TikTok	3
3.2	Algoritmi	4
3.3	Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa	5
3.4	Näkyvyys	6
3.5	Sosiaalisen median hyödyt ja haitat	6
3.6	Hyvän TikTok-videon ominaisuudet	7
3.7	Kirjoitus- ja ilmaisutapa	9
4	Opinnäytetyön tarkoitus, tavoite ja tehtävät	9
5	Opinnäytetyön prosessikuvaus	10
5.1	Aiheen valinta ja lähtötilanteen kartoitus	11
5.2	Tiedonhaku ja aiheen rajausta	13
5.3	Kysely	14
5.4	Videoiden ideointi ja suunnittelu	15
6	Jalkaterapian tunnettuuden lisääminen TikTok- sovelluksen avulla	17
6.1	kyselyn tulokset	17
6.2	TikTok-videot	24
7	Pohdinta	36
7.1	Tulokset ja arviointi	37
7.2	Päätelmät	40
	Lähteet	43

Liitteet

Liite 1. Google Forms kysely

1 Johdanto

Jalkaterapia on terveydenhuollon alalla vielä uusi ja vähän tunnettu ala. Jalkaterapian tutkinto-ohjelma on siirtynyt toisen asteen koulutuksesta ammattikorkeakoulujärjestelmään vuonna 1996 (Liukkonen & Saarikoski 2004: 25.)

Aloitimme jalkaterapia opinnot 2019 syksyllä. Ennen yhteishakua ala oli myös itsellemme tuntematon. Opintojen edetessä jaoimme yhteisen kokemuksen siitä, että jalkaterapian ammattiosaamista pitää usein keskusteluissa selventää, ja että se sekoittuu muiden ammattiryhmien tekemään jalkahoitoon. Koulutuksen monipuolisuutta ei tunneta laajasti edes terveydenhuollon sisällä, jonka vuoksi jalkaterapeutit ovat jääneet moniammatillisten työryhmien ulkopuolelle, diabeetikoiden hoitotiimejä lukuun ottamatta (Saarikoski & Stolt 2022). Olemme pohtineet jalkaterapian tunnettuuden lisäämistä opintojen aloituksesta lähtien, ja tämän vuoksi tunnettuuden lisääminen opinnäytetyön aiheena tuntui kiinnostavalta ja tärkeältä.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella sekä kuvata jalkaterapiasta ja alan koulutuksesta kertovia videoita, jotka julkaistaan jalkaterapian TikTok-tiilillä. Tiktok on kiinalainen lyhytvideo sovellus, jossa on tarjolla laaja musiikkikappaleiden kirjasto, joita hyödynnetään videoilla. Videoiden teko on tarkoitettu kaikille, ja niiden avulla yksilöt voivat päästää luovuutensa valloilleen luomalla monenlaista sisältöä. TikTok on yksi tämän hetken ladatuimmista sovelluksista maailmassa (Weckström 2019.) Se on yksi nopeimmin kasvaneista videon jakoon tarkoitetuista sovelluksista, joka on saavuttanut yli miljardi aktiivista käyttäjää maailmanlaajuisesti heinäkuussa 2022 (Mohsin 2022).

Toteutimme osana opinnäytetyötä kyselyn. Kyselyllä kartoitimme jalkaterapia-alan tunnettuutta, TikTokin käyttöä, sekä vastaajien kiinnostusta alan osa-alueista. Kysely toteutettiin sosiaalisen median välityksellä anonymisti ja sen aineisto kerättiin Google Forms kyselyllä. Kyselyn tavoitteena oli saada tietoa alan tunnettuudesta sekä minkälainen sisältö vastaajia kiinnostaisi nähdä TikTokissa. Kysely tehdään, jotta saadaan lisätietoa ja vastauksia ajankohtaisesti tarkoitukseen (Hänninen 2020.) Usein toiminnallisissa opinnäytetyöissä tehdään tutkimuksellinen selvitys kuten kysely, kun aiheesta on vähän julkaistua tietoa tai kohderyhmän tarpeita ei tunneta riittävästi (Airaksinen & Vilka 2003b :56–57).

Opinnäytetyön tavoitteena on lisätä jalkaterapia-alan tunnettuutta nuorten keskuudessa sosiaalista mediaa hyödyntäen. Sosiaalinen media on vakiinnuttanut roolinsa nuorten jokapäiväisessä elämässä. Some ja nuoret 2022 katsauksen mukaan nuoret viihtyvät sosiaalisessa mediassa, sillä iso osa heidän ystävistään on siellä. Yksi suosituimpia sosiaalisen median sovelluksia on TikTok (57 %). Sosiaalista Mediaa käyttävistä nuorista 94 % katselee, lukee ja kuuntelee sisältöä ja 74 % tykkää ja peukuttaa muiden sisältöä. Kyselyssä 18–29 vuotiaista lähes 88 % käyttää yli 20 tuntia aikaa viikossa internetissä, ja siitä ison osan sosiaalisessa mediassa (ebrand 2022.)

Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa on ajankohtaista korona pandemian aikaansaamien muutosten vuoksi. Suomalaiset käyttävät mediaa lisääntyvästi ja sosiaalisen median käyttö on selvästi yleistynyt koronaepidemian aikana (Kohvakka & Saarenmaa 2021.) Digitalisaatio vaikuttaa merkittävästi terveyspalveluiden ja terveydenhuollon alan koulutukseen. Terveystieteiden tulisi olla osana sosiaalista mediaa, sillä ihmiset tekevät päätelmiä terveydestään sosiaalista mediaa hyödyntäen (Turunen & Härkänen 2015.) Erityisesti suomalaiset olivat tutkimuksen mukaan aktiivisia etsimään terveyteen liittyvää tietoa internetistä. Lyhytvideoilla saavutetaan nyt paras orgaaninen näkyvyys sosiaalisessa mediassa (Valjakka 2021). Näkyvyydellä on suuri merkitys tunnettuuden lisäämisessä (Three Voices Media 2018). TikTok on yksi nopeimmin kasvaneista videon jakoon tarkoitetuista sovelluksista, joka on saavuttanut yli miljardi aktiivista käyttäjää maailmanlaajuisesti heinäkuussa 2022 (Mohsin 2022).

Toteutustavan valintaan päädyttiin aiheen ajankohtaisuuden vuoksi. Aikaisempia opinnäytetöitä alan tunnettuuden lisäämiseksi oli tehty yksi vuonna 2018, jossa kirjoitettiin blogikirjoituksia jalkaterapeutin ammatista. Työskentelyssä noudatettiin kehittämistyön vaiheita ja siinä on hyödynnetty kehittämistyön spiraalimallia. Arviointia on toteutettu osana koko prosessia spiraalimallin mukaisesti, joka auttaa opinnäytetyön vaiheiden etenemiseen. Spiraalimallissa Kehittäminen etenee muodostaen kehän arvioinnista. Arvioinnissa palataan, pysähdytään ja suunnataan tarkentaen toimintaa uudelleen (Salonen 2013:14–15).

Opinnäytetyön toimeksiantaja on jalkaterapian tutkinto-ohjelma ja opinnäytetyö on osa jalkaterapian tutkinto-ohjelman verkkosivujen uudistamista. TikTok-videoiden avulla on mahdollista esitellä uudella ja erilaisella tavalla jalkaterapia-alaa sekä jalkaterapeutin AMK-tutkinnon koulutusta.

2 Jalkaterapeutin koulutus ja ammatti Suomessa

Jalkaterapeutti on Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontaviraston nimikesuojattu terveydenhuollon ammattihenkilö. Jalkaterapeutin koulutus on kestoltaan 3,5 vuotta ja sisältää ammattikorkeakouluopintoja 210 opintopistettä (Metropolia 2020.)

Vuonna 1996 jalkaterapian tutkinto-ohjelma siirtyi toisen asteen koulutuksesta ammattikorkeakoulujärjestelmään. Vuodesta 2003 alkaen jalkaterapeutit ovat kuuluneet nimikesuojattuihin terveydenhuollon ammattihenkilöihin, jotka rekisteröidään terveydenhuollon oikeusturvakeskukseen ja nykyisin Valviran ylläpitämään sosiaali- ja terveydenhuollon ammattihenkilöiden keskusrekisteriin (Liukkonen & Saarikoski 2004 :25, VALVIRA 2021.) Valviran ammattihenkilöiden keskusrekisteriin on rekisteröitynä 2021 vuoteen mennessä 565 alle 65-vuotiasta jalkaterapeuttia ja 7 yli 65-vuotiasta jalkaterapeuttia. Vastaavasti fysioterapeutteja on Valviran keskusrekisterissä 17799 alle 65-vuotiasta ja 3266 yli 65-vuotiasta fysioterapeuttia (Avoin data 2021.)

Korkeakoulujen yhteishaussa syksyllä 2021 ensisijaisesti jalkaterapian tutkintoon Metropolian ammattikorkeakouluun haki 27 opiskelijaa ja kaikkiaan 111 hakijaa, mikä oli terveyden ja hyvinvoinnin koulutuslalla pienin hakijamäärä. Vastaavasti fysioterapian tutkintoon ensisijaisia hakijoita oli 363 ja yhteensä 1398 hakijaa (Opetushallitus 2021.) Jalkaterapeuttien pieni koulutusmäärä on pitänyt alan huonosti tunnettuna sekä jättänyt jalkaterapeutit terveydenhuollon sisällä moniammatillisten tiimien ulkopuolelle (Saarikoski & Stolt 2016).

Jalkaterapeutiksi voi opiskella Helsingissä Metropolia ammattikorkeakoulussa sekä XAMK Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa. Molemmat oppilaitokset tarjoavat opetusta päivä- ja monimuotototeutuksena. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa on 25 aloituspaikkaa päivä- ja monimuotototeutuksilla. Metropolia ammattikorkeakoulussa on jalkaterapian monimuotototeutuksina 20 aloituspaikkaa ja päivätoteutuksessa 20 paikkaa (Opintopolku.)

Jalkaterapeutin keskeisiä ydinosamisalueita ovat toimintakyvyn arviointi, terveyttä edistävä jalkaterapia, iho- ja kynsimuutosten hoito, apuväline ja alaraajojen toimintoja

tukevat terapiat. Osaamisalueeseen kuuluu myös tuki- ja liikuntaelimestön toimintahäiriöt, alaraajojen urheilu- ja rasitusvammat. Jalkaterapeutti voi työskennellä pre- ja postoperatiivisesti osallistuen omahoidon ohjaukseen ja kuntoutumisen tukemiseen.

Jalkaterapiassa voidaan ennaltaehkäistä, hoitaa tai kuntouttaa kaikenikäisten alaraaja-ongelmia. Jalkaterapian yleisiä tavoitteita ovat alaraajojen kipujen lievittäminen, nivelten suojaaminen, jalkaterään kohdistuvan paineen ja kuormituksen vähentäminen, iho ja kynsimuutosten ennaltaehkäisy sekä tiedon lisääminen jalkojen omahoidosta. Jalkaterapeutteja työskentelee yksityisellä sektorilla, perusterveydenhuollossa ja erikoissairaanhoidossa. Jalkaterapeutti voi työllistyä myös apuvälineitä valmistaviin yrityksiin sekä projekti tai myyntitehtäviin (Saarikoski & Stolt 2016.)

3 Sosiaalinen media ja TikTok

Sosiaalinen media, eli some on tietotekniikkaa ja tietoverkkoja hyödyntävä viestinnän muoto, jolla viestitetään vuorovaikutteisesti. Sosiaalisessa mediassa käsitellään käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan sitä. Sosiaalisella mediallylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (Sanastokeskus TSK 2010.) Sosiaalisella mediallyllä tarkoitetaan esimerkiksi YouTube, Wikipedia, TikTok, Instagram ja sen tyyppisiä verkkosovelluksia, joiden muotoa ja sisältöä käyttäjät itse suurissa määrin tuottavat. Perinteisellä mediallyllä tarkoitetaan journalistisia verkkopalveluita, kuten hs.fi, mtv3.fi, yle.fi ja niitä tuottavat ammattilaiset. Perinteisessä mediassa käyttäjiä kutsutaan yleisöksi (Matikainen 2010.) Perinteiseen mediaan verraten sosiaalisessa mediassa korostuu viestinnän hajaantuneisuus, eikä sitä ole perinteisen median tavoin säädelty. Viestinnässä korostuu vuorovaikutus ja verkostoituneisuus, jolloin käyttäjästä tulee myös sisällön tuottaja (Matikainen & Huovila 2017.)

Suomessa asuvien 13–29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median käytöstä on tehty tutkimusta yhteistyössä Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden kanssa vuosina 2022, 2019, 2016, 2015 ja 2013. Suomalaisten nuorten internetin käytöstä vuotena 2022 suuri osa on sosiaalisen median käyttöä, ja keskiverto nuori käytti sosiaalista mediaa noin 15–20 tuntia viikossa. Eniten aikaa vietettiin TikTok, Instagram, YouTube, Snapchat, WhatsApp ja Discord sosiaalisen median alustoilla (ebrand 2022.)

Pitkänen ja Saarenmaa (2021) ovat koonneet yhteen vuoden 2017 nuorten vapaa-ajan tutkimuksen tuloksia tilastokeskuksen asiantuntija artikkelissa. Vapaa-ajan tutki-

muksessa todettiin, että 10–19-vuotiailla lapsilla ja nuorilla on kaikilla älypuhelin ja lähes kaikki seuraavat YouTube-videoita. Vapaa-ajan tutkimuksessa TikTok-sovellus ei ollut mukana, sillä se ei ollut vielä 2017 laajamittaisesti suomalaisten käytössä. Pitkänen ja Saarenmaa kuvaavat älylaitteiden, pikaviestimien ja sosiaalisen median tavoittavan lähes kaikki suomalaisnuoret (Pitkänen & Saarenmaa 2021.)

Hoitotiede lehden pääkirjoituksessa Turunen ja Härkänen (2016) käsittelivät sosiaalisen median kuulumista osaksi tiedeyhteisöjä, jossa tarkasteltiin Eurostat 2015 selvityksen tuloksia. Selvityksessä oli todettu 46 % 16–74-vuotiaista eurooppalaisista hakeen terveyteen liittyvää tietoa internetistä viimeisen 3kk aikana. Erityisesti suomalaiset olivat aktiivisia etsimään terveyteen liittyvää tietoa internetistä. Turunen näkee digitalisaation vaikuttavan merkittävästi terveystalouden ja terveydenhuollon alan koulutukseen sekä näkee, että terveydenhuollon tulisi olla osana sosiaalista mediaa sillä ihmiset tekevät päätelmiä terveydestään sosiaalista mediaa hyödyntäen (Turunen & Härkänen 2015.)

Selma Mustonen (2021) kertoo sivustollaan Sometrendeistä 2022. Koronan myötä sosiaalinen media on vahvistanut asemaansa ihmisten keskuudessa. Sosiaalinen media on ilmiöiden alusta loputtomiin, siellä viihdytään, opitaan, verkostoidutaan ja ihmetellään (Mustonen 2021.)

3.1 TikTok

TikTok on lyhytvideoiden jakoon suunniteltu ilmainen sovellus (Sarikka 2022), jolla on kahden sovelluksen historia. Kiinalainen yritys Bytedance julkaisi vuonna 2016 videonjakoon tarkoitetun sosiaalisen verkoston sovelluksen nimeltä Douyin. Kyseinen sovellus on edelleen olemassa erikseen Kiinassa. Sovellus nimettiin TikTokiksi, kun he julkaisivat sen vuonna 2017. Länsimainen yleisö seurasi aluksi Musical.ly:tä, jonka Bytedance sulautti vuonna 2018 TikTokiin. Vaikkakin Douyin ja TikTok ovat samankaltaiset käyttöliittymältään, ovat ne räätälöity omille markkinoilleen. TikTokista on tullut poikkeuksellisen suosittu etenkin nuorempien käyttäjien keskuudessa. TikTokin kasvuun on liittynyt kiistoja, sillä Yhdysvaltojen presidentti uhkasi kieltää TikTokin vuonna 2020. Liittovaltion tuomari kuitenkin esti ehdotetun kiellon. TikTok oli hyvin suosittu Intiassa nuorten keskuudessa, mutta Kiinan ja Intian rajaselkkausten takia Intian hallitus kielsi sovelluksen vuonna 2020. Kiellosta tuli pysyvä vuonna 2021.

Tämä tiedetään TikTokista:

- TikTokilla on 1 miljardia kuukausittain aktiivista käyttäjää (tammikuussa 2022)
- Käyttäjät käyttävät sovellusta yli 850 min. Kuukaudessa
- 167miljoonaa TikTok videota katsotaan minuutissa
- Suosituin Iphone - sovellus vuonna 2021
- Yli 150 maata
- 75 eri kielellä
- 19 miljardin bruttovoitto vuonna 2020

TikTok ei julkaise julkisesti paljonkaan tilastoja. Seuraaja tilastoja löytyy paljon huommin, kun muista sosiaalisista verkostoista. Saattaa johtua sen mutkikkaasta historiasta (GayserLast 2022.)

TikTokin ikäraja on 13-vuotta (Julin 2020). Sovellus on suosittua erityisesti nuorten keskuudessa, kuitenkin nousemassa laajemmankin käyttäjäkunnan suosioon. Sisältö on muuttunut ja muuttumassa entistä monipuolisemmaksi. Muille somekanaville onkin haaste vastata sen suosioon. TikTok sovellus oli 2021 ladatuin sovellus ja sen uskotaan olevan 2022 entistä suositumpi (Mustonen 2021.)

3.2 Algoritmi

Algoritmi on digitaalisen maailman työkalu. Algoritmi voi olla hyödyllinen tai haitallinen, riippuen mihin se valjastetaan. Algoritmi on lista ohjeita, joita tietokone seuraa. Algoritmi on monimutkainen ohjelista, jopa pituudeltaan miljoonia rivejä (Siltanen 2018.)

Virallista tietoa algoritmin toiminnasta ei ole, koska algoritmin toiminnot ovat salaisuuksia, jotka tietävät ainoastaan niiden kehittäjät itse. Käytettävissä on kuitenkin paljon materiaalia, joilla pystytään selvittämään algoritmin toimintaa (Julin 2020.)

TikTok- sovelluksessa on älykäs algoritmi, jonka tarkoitus on tarjota käyttäjää kiinnostavaa materiaalia. Näin saadaan käyttäjä viihtymään ja käyttämään aikaa sovelluksen parissa. TikTokin algoritmi poikkeaa Instagramin algoritmista, sillä Instagramin algoritmiin vaikuttaa julkaisusta ensimmäisen tunnin aikana käyttäjiltä saadut reaktiot. Kun taas TikTok- sovelluksessa yleensä kaikki julkaistut videot menevät tarjolle pienelle joukolla käyttäjiä. Poikkeuksena on esimerkiksi huonolaatuinen video tai videon tekijän

nuori ikä (alle 13-vuotias), tällöin sovellus ei tunnista, eikä osaa luokitella videoita, jolloin katselukertoja ei tule. Algoritmi jakaa laajemmin videoita, jos sovellus havaitsee katsojissa innostusta.

Kolme asiaa mistä algoritmi kokee videon kiinnostavaksi ovat:

- Videoita katsotaan useamman kerran alusta loppuun.
- Videon pitkä katseluaika ja käyttäjä viihtyy videon parissa, esimerkiksi lukemalla kommenttikenttää, tai kommentoimalla
- Videoita jaetaan some kanavissa, ja lähetetään eteen päin kavereille.

Etenkin ensimmäisissä videoissa, jolloin sovellus ei vielä tunnista sisällön tuottamaa materiaalia, on tärkeää lisätä julkaisuun hashtagit. Hashtagit auttavat sovellusta tarjoamaan sisältöä oikealle yleisölle, joita sisältö voisi kiinnostaa (Julin 2020.)

3.3 Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa

Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa kannattaa, sillä se nykyaikainen tapa herättää brändin lentoon. Somen avulla tavoitetaan asiakkaita ja saadaan heidät sitoutumaan sekä pystytään tarkastelemaan kilpailijoita. Sosiaalisella medialla saadaan kasvatettua ja vahvistettua näkyvyyttä, se on helppo ja nopea tapa luoda uutta. Sosiaalisella medialla pystytään luoda verkostoa ja kohdentaa mainontaa (Folcan 2022.)

Sosiaalisen median markkinoinnissa on mahdollista testaamalla ja analysoimalla tutkia mikä toimii ja mikä ei. Uutta sisältöä voidaan suunnitella analyysin pohjalta. Itsensä ja persoonan tuominen esiin on tärkeää, asiantuntijuuden korostaminen, oman alan tärppien esiintuominen ja myyvän sisällön jakaminen on arvokasta (Ukko 2019.) Tahkola (2022) on tuonut esiin, ettei mainoksen omaisella julkaisulla saada reagoiteja ja näkyvyys ei ole yhtä hyvää (Tahkola 2022). Sosiaalisen median markkinoinnin ajatellaan perustuvan sisältömarkkinointiin (Korteso 2018: 20). Tarinat ja ihmiset kiinnostavat aina. Kannattaa antaa kasvot asialle, jota markkinoi. Virheitä ei kannata piilotella, ne tuovat kaivattua ihmistä ja aitoutta esille (Ukko 2019.)

Sosiaalisen median mahdollisuuksia olisi tarkoituksenmukaista harjoitella jo koulutuksen aikana sillä terveysalallakin tarvitaan yhä enemmän sosioteknisiä taitoja. Hoitotyössä osana potilasohjausta ja terveyden edistämistä on jo hyödynnetty sosiaalista

mediaa ja sen käytön ajatellaan tulevaisuudessa lisääntyvän. Sosiaalisen median palvelut hyödyttävät kansainvälistä yhteistyötä terveysalan koulutuksen, työelämän ja tutkimuksen aloilla (Lehtonen & Salminen & Stolt 2010:11.)

3.4 Näkyvyys

Näkyvyydellä on suuri merkitys. Näkyvyydellä lisätään brändin tunnettuutta ja tunnettuutta. Luontainen ja laaja näkyvyys lisää sitoutumista ja positiivisia mielikuvia. Virheettömällä ilmaisulla, joka on ammattimaista näkyvyyttä, pystytään viestiä laadukkaasta palvelusta, sekä herättää luottamusta. Sisältö näkyvyyden hyötynä on se, ettei se muistuta mainontaa, sillä itse mainonta voi aiheuttaa vastareaktioita (Three Voices Media 2018.)

Näkyvyyttä, josta ei ole maksettu, kutsutaan orgaaniseksi näkyvyydeksi. Näkyvyyttä haluttaessa kannattaa pyrkiä herättämään keskusteluja, kommentteja ja tykkäyksiä. Näillä algoritmi tunnistaa julkaisun kiinnostavaksi. Mainoksen omainen julkaisu ei kerää reagoiteja, näin se näkyy vain pienelle osalle ihmisiä. Orgaanisen näkyvyyden takamiseksi sisällön tulisi oikeasti olla kiinnostavaa sisältöä (Tahkola 2022.) Lyhytvideoilla saavutetaan nyt paras orgaaninen näkyvyys sosiaalisessa mediassa (Valjakka 2021).

3.5 Sosiaalisen median hyödyt ja haitat

Sosiaalisen median käyttö työssä on monelle uusi tapa tehdä työtä, jolloin somesta tulee virtuaalinen työympäristö. Somen käytöllä voidaan edistää organisaation ja asiakkaiden välistä vuorovaikutusta sekä lisätä käyttäjälähtöisten palveluiden tuottamista. Sen avulla on mahdollista myös verkostoitua ja ylläpitää ammatillista kehittymistä (Rauramo, Haavasoja, Kiiskinen, Kuivalainen, Lehtoranta 2022.)

Argyris ja Monu (2015) tutkivat miten yritykset voivat hyödyntää sosiaalista mediaa viestinnässä. Argyris ja Monu tunnistivat tutkimuksessaan kahdeksan eri mahdollisuutta sosiaalisen median hyödyntämiseen organisaation ulkoisessa viestinnässä. Nämä mahdollisuudet ovat edustavuus, seurattavuus, kattavuus, itseilmaisuus, sitoutuminen, yhdistyneisyys, tallennettavuus ja saatavuus. Toisaalta Argyris ja Monu toteavat, ettei nopeasti kasvavan sosiaalisen median käytön vuoksi siitä ole välttämättä saatavilla ajankohtaista tutkimusta (Argyris & Monu 2015.)

Videonjakosivustojen kautta toteutetulla viestinnällä ja markkinoinnilla on saatu korkea saavutettavuus, seurattavuus sekä hyvänä puolena on myös videoiden kommentointien tallentuvuus. Tallennettavuudella viitataan organisaation mahdollisuuteen kerätä ja tallentaa kommentit sekä palautteet ja keskustelut. Saavutettavuudella tarkoitetaan sosiaalisen median tarjoamaa mahdollisuutta tarkastella sisältöjä ajasta ja paikasta riippumatta. Sosiaalinen media antaa hyviä mahdollisuuksia tukea organisaatioiden ulkoista viestintää (Agyris & Monu 2015.) Kortesus (2018) kuvaa yrityksen tai organisaation some läsnäolon lisäävän helpommin lähestyttävyyttä, sillä sosiaalisen median julkaisujen kautta voi organisaatio tuntua jo valmiiksi tutulta (Kortesus 2018).

Sosiaalisen median kautta on mahdollista saada näkyvyyttä edullisesti. Some sisällöntuotto maksaa tekijälleen vain aikaa (Huttunen & Komulainen 2020).

Sosiaalinen media on muuttanut viestintää yksilöiden lisäksi myös organisaatioiden ja viranomaisten osalta. Viestinnän muutokset sosiaalisessa mediassa voivat olla erityisesti organisaatioille haastavia. Sosiaalisen median viestintä voi olla tunnepitoisempaa, kuin mihin asiantuntijaviestinnässä on yleisesti totuttu (Matikainen & Huovila 2017.)

Osallaan sosiaalinen media on lisännyt myös vihapuhetta ja sosiaalisen median alustoja käytetään häirintään, kiusaamiseen ja hyväksikäyttöön. Some-alustojen anonyymi-teetin ja etäisyyden ajatellaan lisäävän suodattamattomien ja ajattelemattomien kommenttien sekä reaktioiden määrää (Saresma ym. 2022: 58.) Häirintä ja epäasiallinen kohtelu myös sosiaalisen median välityksellä heikentää työhyvinvointia organisaatiossa. Somen jatkuva seuranta voi olla myös ajankäytöllisesti haastavaa, sillä työn ja vapaa-ajan rajat voivat herkästi sekoittua (Rauramo ym. 2022.)

Sosiaalisen median käytön lisääntyessä työelämässä tulisi huomioida uusi työtapa, myös työsuojelullisesta näkökulmasta. Somen käyttö osana työtä voi lisätä työn kuormittavuutta. Organisaatioissa missä sosiaalista mediaa käytetään osana työtä, on tärkeää huomioida somen käyttö organisaation suunnitelmissa, ohjeistuksissa ja koulutuksessa (Rauramo ym. 2022.)

3.6 Hyvän TikTok-videon ominaisuudet

Videoiden määrä kaikkialla on lisääntynyt ja samanaikaisesti katsojan vaatimustaso videoiden suhteen on noussut. Videoilta odotetaan asian esittelyä laadukkaasti, nopeasti, viihteellisesti ja opettavaisen oivaltavasti (Pohjankettu 2022 luku 2.)

Aalto Sari on suomalaisista yksi suosituimpia TikTok-videoiden tekijöitä, hänellä on 4,7M seuraajaa TikTok-tilillään. Aallon (2019) mukaan kannattaa tehdä TikTokissa suosituista videoista omia versioita omalla persoonallisella tavalla. Sisällöltään videot saavat olla omaperäistä ja erilaista. Taitojen esittely on Aallon (2019) kokemusten mukaan myös suosittua. Videolla kannattaa olla oma itsensä, eikä epäonnistumisia kannata piilotella. Aalto (2019) kannustaa tekemään hauskaa ja positiivista sisältöä. Vainikainen (2022) on todennut myös, että TikTok-videon tulisi olla viihdyttävä, mutta sillä ei aina tarkoiteta hauskaa. Nuorelle ikäpolvelle yhteiskunnalliset tärkeät viestit, arvot ja asenteet ovat tärkeässä asemassa. Viihdyttävä video voi olla opettavainen, tunteita herättävä, oivaltava, tarinallinen, liikuttava tai koukuttava (Vainikainen 2022.)

TikTokissa suosittu musiikin ja äänien käyttö videoissa on suositeltavaa, jolloin algoritmi tarjoaa julkaisua laajemmin käyttäjille (Vainikainen 2022, Aalto 2019). Suosittu musiikin käyttö voi olla usein syynä miksi video kerää paljon katselukertoja (Sarikka 2022).

Sovelluksen hakusivulta löytyvät ajankohtaisesti käytetyimmät aihetunnisteet eli hashtagit. Hashtagien kautta voi etsiä TikTokin sen hetken suosittu sisältö ja haasteet (Aalto 2019.) Sovelluksen algoritmi tarjoaa hashtagien perusteella videoita myös oikealle kohdeyleisölle. Hashtagien käytöllä voidaan vaikuttaa videoiden levinneisyyteen. Videolle sopivia aihetunnisteita ovat sen sisältöön tai omaan toimialaan liittyvät sanat. Toisaalta TikTokissa julkaisu ilman hashtageja voi levitä laajemmin eri kohdeyleisöille, kun algoritmi ei tiedä kenelle julkaisua tulisi tarjota (Valjakka 2022.)

TikTokissa videon ei tarvitse olla siloteltu. Sovelluksen omia työkaluja kannattaa käyttää rohkeasti videoiden editoinnissa. Vainikainen (2022) korostaa videoiden ensimmäisten kolmen sekunnin tärkeyttä, jolla saadaan vangittua katsojan huomio. Liike, kaunis maisema tai erikoinen kuvakulma voivat toimia huomion herättäjinä. TikTok-videoissa on syytä mennä heti asiaan. Alkuun voi lisätä lyhyen tekstin, joka vihjaa tulevasta sisällöstä (Vainikainen 2022.) Videon kuvauksessa tulisi kiinnittää huomiota hyvään valaistukseen ja kuvauspaikkaan (Aalto 2019). Tiktokin algoritmi ei tarjoa käyttäjille julkaisua, jos video on huonolaatuinen (Julin 2020).

Lyhytvideoissa sisältö on tiivistettyä. Videoiden editoinnissa Julin ja Valjakka (2021) suosittelevat leikkaamaan kaiken ylimääräisen pois, jotta video säilyy vauhdikkaana ja se jaksetaan katsoa loppuun. Sovelluksen algoritmi jakaa laajemmin loppuun katsottuja julkaisuja (Julin & Valjakka 2021.)

Kohdeyleisön väestörakenne on tärkeää selvittää ja luoda ainutlaatuista materiaalia heidän tarpeidensa pohjalta. Analytiikka tiedoista työpöydällä on mahdollista seurata, ja hyödyntää tietoa, jolloin julkaisuja saadaan kohdennettua tietyille tileille. Luovuus ei aina riitä, jos kohderyhmä ei näe videoita. Julkaisujen punainen lanka tulisi myös säilyttää, jotta sitoutuneet seuraajat pysyvät aktiivisina (Williams 2022.)

3.7 Kirjoitus- ja ilmaisutapa

Sosiaalisen median kirjoittaminen ja viestintä on erilaista verraten perinteiseen organisaation viestintään. Kirjakielen tilalle on tullut arki- ja puhekieli sekä hymiöt. Sosiaalisen median tekstissä tulee huomioida, että sitä luetaan ruudulta ja tekstit ovat pääsääntöisesti tarkoitettu nopeaan kulutukseen. Nopeasti kulutettava teksti tulee olla tiivistä, lyhyttä ja helppolukuista. Tekstissä tulisi välttää virkakieltä tai toisaalta liiallista tajunnanvirtaa (Kortesuo 2018: 29,38.)

Sosiaalisen median tekstiltä vaaditaan vuorovaikutteisuutta. Kerrottavasta asiasta ei kannata yrittää sanoa kaikkea, jolloin kommentoinnille ja keskustelulle ei jää tilaa. Some julkaisussa teksti voi olla kysyvä tai pohtiva. Huumorin käyttäminen julkaisuissa on myös kannattavaa, koska viestiminen on rennompaa muihin viestinnän kanaviin nähden (Kortesuo 2018 :29–30.)

4 Opinnäytetyön tarkoitus, tavoite ja tehtävät

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja tuottaa jalkaterapeutin ammattia ja koulutusta esitteleviä videoita, jotka julkaistaan TikTok-sovelluksessa.

Opinnäytetyön tavoitteena on lisätä jalkaterapeutin ammatin ja koulutuksen tunnettua sosiaalista mediaa hyödyntäen.

Opinnäytetyön tehtävät olivat

1. Selvittää kyselyn avulla, mitä jalkaterapiasta tiedetään, sillä aikaisempia selvityksiä aiheesta ei ole tehty. Kyselyn perusteella selvittää, myös mitkä osa-alueet jalkaterapiassa ja jalkaterapeutin koulutuksessa kiinnostavat yleisesti.

2. Selvittää kirjallisuudesta, mitä sosiaalisen median käytöstä tiedetään organisaatioiden käyttöön liittyen ja miten sitä voidaan hyödyntää tunnettuuden lisäämisessä.
3. Suunnitella tunnettuuden lisäämiseksi TikTok-videoiden sisällöt ja kuvaamiseen tarvittavat edellytykset.
4. Toteuttaa videoiden kuvaaminen, editointi ja julkaisu.

5 Opinnäytetyön prosessikuvaus

Opinnäytetyö toteutettiin monimuotoisena toiminnallisena opinnäytetyönä. Opinnäytetyössämme on hyödynnetty kehittämistyön spiraalimallia ja kehittämistyön työskentelyn vaiheita.

Kehittämistyön tuotos on konkreettinen, hyödyllinen, näkyvä ja ainutkertainen. Kehittämishankkeessa uuden tiedon lisäksi kehitetään uusi palvelu tai tuote, joka on entistä parempi (Salonen 2013: 25.) Toiminnallinen opinnäytetyö Amk:ssa on jokin työelämästä lähtevä tehtävä tai tavoite. Toiminnallinen opinnäytetyö on tuotos, missä syntyy jotain, kuten video (Pasanen 2020.)

Opinnäytetyön toteutuksessa on hyödynnetty kehittämistyön spiraalimallia. Spiraalimalli huomioi kehittämistoiminnan inhimilliset, kulttuuriset ja sosiaaliset piirteet. Kehittäminen etenee muodostaen kehän arvioinnista. Arvioinnissa palataan, pysähdytään ja suunnataan tarkentaen toimintaa uudelleen. Reflektiivisyys ja vuorovaikutus kaikkien toimijoiden välillä korostuvat. Mallissa edetään pienin askelin ja se tunnistaa, että asiat voivat muuttua ja tarkentua työskentelyn edetessä (Salonen 2013:14–15.)

Spiraalimallin mukainen työskentely sopi malliksemme, sillä työvälineenä sosiaalinen media voi olla arvaamaton, koska sitä on vaikea säännöstellä. Opinnäytetyössämme oli useita vaiheita, jolloin spiraalimallin mukainen arvioinnin, pysähtymisen ja tarkentamisen vuorottelu sopi monivaiheiseen työskentelyymme. Kehitystoiminta on jatkuva prosessi (Toikko, Rantanen 2009 :66). Videomateriaalin kuvaaminen TikTok-sovellukseen oli meille uutta, joten osasimme odottaa, että työn edetessä joudumme arvioimaan joi-tain suunnitelmiamme uudestaan. Meille oli tärkeää, että opinnäytetyössä korostuisi vuorovaikutus kaikkien toimijoiden välillä.

Työskentelyn vaiheet

Kehittämistoiminta jaetaan työskentelyvaiheisiin. Työvaiheet selkeyttävät ja jakavat toiminnan toteutuskelpoisiin osiin, mikä tekee toiminnan näkyväksi, ymmärrettäväksi sekä arvioitavaksi (Salonen 2013 21.) Opinnäytetyö eteni kehittämistoiminnan työskentelyn vaiheiden mukaisesti, mutta vaiheet etenivät limittäin. Kehittämistoiminnassa on seitsemän työvaihetta (Salonen, Eloranta, Hautala, Kinos 2017 :56–66).

Kehittämistoiminnan työvaiheet:

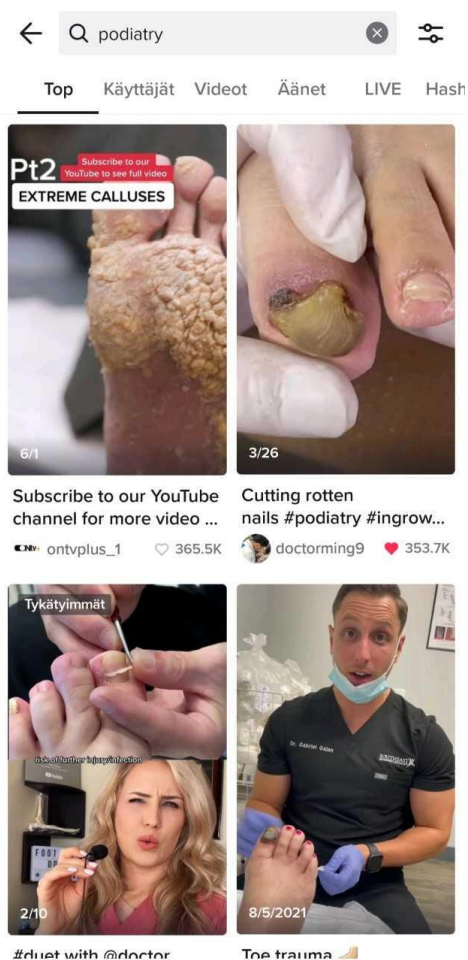
- Kehittämistarpeiden tunnistaminen
 - Ideointivaihe
 - Suunnitteluvaihe
 - Toteutusvaihe
 - Tulokset ja tuotokset
 - Arviointivaihe
 - Päätös vaihe, tulosten levitys ja implementointi
- (Salonen, Eloranta, Hautala, Kinos 2017 :56–66).

5.1 Aiheen valinta ja lähtötilanteen kartoitus

Kehittämistoimintaa lähdetään toteuttamaan, kun käytännön työssä on ilmaantunut jokin muutostarve. Yhteisymmärrys kehittämisen kohteesta on tärkeää muodostaa tässä vaiheessa (Salonen ym. 2017: 51.) Idea opinnäytetyön aiheeksi lähti omista ajatuksistamme jalkaterapian tunnettuuden lisäämisen tarpeesta. Opiskeluvuosien kokemukset olivat vahvistaneet tunnettamme alan huonosta tunnettuudesta.

Opinnäytetyön alkuvaiheen ohjaustilaisuudessa ideoimme opettajien kanssa, miten tunnettuutta kannattaisi lähteä lisäämään. Pohdimme yhdessä eri väyliä, joilla myös nuoret tavoitettaisiin. Ideoinnin kehittyessä eräs opinnäytetyötä ohjaavista opettajista sai idean TikTokin hyödyntämisestä tunnettuuden lisäämisessä. TikTokissa ei ole toislaiseksi voimakasta yritysten keskinäistä kilpailua, jolloin orgaaninen näkyvyys voi olla parempaa verrattaessa esimerkiksi Facebookiin tai Instagramiin (Mustonen 2021.) Tutkintovastaava Wasenius ehdotti jalkaterapian tutkinto-ohjelmaa tilaajaksi opinnäytetyölle, jossa perustetaan TikTok-tili tutkinto-ohjelmalle.

Ideointivaiheessa latasimme TikTok-sovellukset ja teimme itsellemme käyttäjätilit, jotta voimme tutustua sovellukseen ja siellä jo olemassa olevaan materiaaliin sekä lisätä ymmärrystä sovelluksen luonteesta. Sovelluksesta löytyi yksi käyttäjä hakusanalla jalkaterapeutti. Suunnitteluvaiheen alussa julkaisuja hashtag jalkaterapia oli kahdeksan. Instagramista löytyi 31 tiliä, joihin oli jalkaterapia liitettynä. TikTokissa oli vielä vähän jalkaterapiasta kertovaa tai siihen liittyvää materiaalia suomeksi. Hakusanalla podiatry löytyi TikTokista paljon julkaisuja, joissa tykkäyksiä oli useita satoja tuhansia. Suosituimmat sisällöt podiatry hakusanalla olivat erilaiset vaikeat iho- ja kynsimuutokset ja niiden hoito.



Kuva 1. Kuvakaappaus katsotuimmista TikTok-videoista podiatry hakusanalla

Toimeksiantajan toiveena oli avata tutkinto-ohjelmalle oma TikTok-tili, joka linkittyisi jalkaterapian verkkosivuihin. TikTok-tilin tavoitteena oli esitellä jalkaterapia-alaa ja sen monipuolisuutta, sekä opintojen sisältöä.

5.2 Tiedonhaku ja aiheen rajaus

Toiminnallisen opinnäytetyön tietoperustan avulla yhdistetään teorian tieto ammatilliseen käytäntöön ja kehitetään oman alan ammattikulttuuria. Teoriaosuus kertoo myös mistä viitekehuksesta aihetta lähestytään (Airaksinen & Vilka 2003b: 41–42)

Aineistoa haettiin opinnäytetyön suunnittelussa hyödyntämällä koulun kirjaston Metcat Finnan haku palveluita sekä tietokantoja. Etsimme Cinahl ja Pub Med tietokannoista tietoa hakusanoilla social media ja health care, jossa aineistoa rajattiin 2010–2022 välille ja rajauksena käytettiin koko teksti saatavilla, vain vertaisarvioidut artikkelit ja näyttöön perustuvat tutkimukset. Tiedon hakua tehtiin myös Google scholar hakuja käyttäen. Perehdyimme ajankohtaiseen keskusteluun sosiaalisen median käytöstä markkinoinnissa ja viestinnässä sekä tilastoihin ja kartoitukseen liittyen sosiaalisen median käyttöä Suomessa ja muualla maailmassa.

Toiminnalliseen opinnäytetyöhön voidaan kerätä tietoa alan asiantuntijoita konsultoiden. Konsultaatiolla saadaan teoreettista syvyyttä ja tietoa voidaan käyttää päättelyn ja argumentoinnin apuna (Airaksinen & Vilka 2003b:58.) Katsoimme sosiaalisen median asiantuntijoiden ohjevideoita ja luimme blogikirjoituksia TikTokin käyttöön ja videoiden tekoon liittyen, jolla pyrimme lisäämään tietoa TikTokin käytöstä.

Toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluu tutkimuksellinen selvitys. Selvityksen toteutus-tapa tulee harkita tarkasti ja tarkoituksen mukaisesti, ettei työn laajuus kasva liialliseksi. Toiminnallisen opinnäytetyön selvityksen taustalla on usein tarve selvittää tietoa aiheesta mistä on vain vähän saatavilla olevaa tietoa (Airaksinen & Vilka 2003b 56–57.)

Teimme kyselyn opinnäytetyön toteutusvaiheen alussa, jolla pyrimme selvittämään mitä jalkaterapiasta tiedetään, sillä olettamuksemme oli, että tunnettuus on huonoa, mutta selvityksiä aiheesta ei ole tehty. Kyselyn perusteella selvitimme mitkä osa-alueet jalkaterapiassa, ja jalkaterapeutin koulutuksessa kiinnostavat yleisesti. Kyselyn vastauksia on hyödynnetty videoiden sisällön suunnittelussa, jolloin voimme tuoda vähemmän tunnettuja työtehtäviä esille ja korjata vääriä käsityksiä jalkaterapeutin työtehtävistä.

Teoriaosuutta rajattiin käsittelemään jalkaterapeutin ammattia vain Suomessa, sillä tavoitteena oli lisätä jalkaterapian tunnettuutta Suomessa. Jalkaterapian tunnettuuden edistämiseksi oli tehty yksi opinnäytetyö 2018, jossa oli hyödynnetty blogikirjoitusta tunnettuuden lisäämisessä.

Sosiaalisen median hyötyjä ja haittoja käsitellään tässä opinnäytetyössä organisaation ja työkäytön näkökulmasta, sillä opinnäytetyön tavoite on lisätä alan tunnettuutta ja toimeksiantajana on Metropolia ammattikorkeakoulun jalkaterapian tutkinto-ohjelma.

Kohderyhmäksi rajattiin nuoret. Alan tunnettuutta pyrittiin lisäämään nuorten keskuudessa. Sosiaalisella medially tavoitetaan erityisesti nuoret hyvin. Älylaitteilla, pikaviestimillä ja sosiaalisella medially tavoitetaan lähes kaikki suomalaisnuoret (Pitkänen & Saarenmaa 2021).

Yhteistyökumppanit ja sopimukset

Jalkaterapian tutkinto-ohjelma oli opinnäytetyön toimeksiantaja ja yhteyshenkilönämme opinnäytetyössä toimi jalkaterapian tutkinnon tutkintovastaava Wasenius Elina.

Teimme sopimuksen toimeksiantajan kanssa. Sopimuksessa sovimme, että opinnäytetyön tuotoksena avaamme TikTok-käyttäjätilin, joka jää jalkaterapian koulutusohjelman käyttöön ja tuotamme noin kymmenen jalkaterapiasta ja sen koulutuksesta kertovaa videota. Yhteydenpidossa hyödynnettiin etätapaamisia, sähköpostia ja tekstiviestejä sekä tapaamisia. Saimme paljon vapauksia käytännön toteutuksessa, mutta kävimme suunnitelmat toimeksiantajan kanssa läpi ennen niiden toteutusta. Yhteistyötä tehtiin kaikkien jalkaterapian tutkinto-ohjelman opettajien kanssa. Kuvauksissa tarvitsimme koulun tiloja, suojarusteita kuvaus asuiksi.

5.3 Kysely

Toteutimme osana opinnäytetyötä kyselyn, jonka tarkoituksena oli selvittää jalkaterapian tunnettuutta, sekä kartoittaa minkälainen sisältö jalkaterapiasta kiinnostaisi TikToksissa. Usein toiminnallisissa opinnäytetyöissä tehdään tutkimuksellinen selvitys, kun aiheesta on vähän julkaistua tietoa tai kohderyhmän tarpeita ei tunneta riittävästi (Airaksinen & Vilka 2003b :56–57).

Tarkoituksena oli toteuttaa kysely anonyyminä helposti vastattavana. Kysely toteutettiin kesäkuussa ajalla 6.6.–23.6.2022. Kyselyn vastauksia hyödynsimme suunnitellamme sisältöä TikTokiin. Kysymyksiä kyselyssä oli kahdeksan, joista viisi oli jalkaterapian ja alan koulutukseen liittyvää kysymystä. Kolmessa kysymyksessä kartoitettiin minkälainen sisältö ja aihepiirit TikTokin käyttäjiä kiinnostaisi.

Päädyimme jakamaan kyselyn linkkiä sosiaalisen median kautta. Kyselyä jaettiin Instagram ja Facebook tileillämme. Vastaajilla oli mahdollista myös jakaa kyselyn linkkiä

eteenpäin. Kysely toteutettiin Google Forms alustalla. Google Forms alusta on helppo käyttää, ja soveltui meidän tarkoitukseemme tehdä nopeasti vastattava ja helposti lähestyttävä anonyymi kysely.

Kyselyyn vastaamiseen vaikuttaa kyselyn ulkoasu, pituus ja helppokäyttöisyys. Kyselyyn vastaamisen tulisi olla myös ajallisesti nopeaa eli maksimissaan vastaaminen saisi viedä 15–20 minuuttia (KvantiMOTV 2010.) Laatimamme kyselyn vastaamiseen kului noin 5–10 minuuttia. Vastauksia kyselyyn saimme yhteensä 45.

Kysely testattiin ennen sen jakoa opinnäytetyötä ohjaavilla kolmella opettajalla ja siihen tehtiin muutoksia muutosehdotusten mukaisesti ennen kyselyn toteutusta.

5.4 Videoiden ideointi ja suunnittelu

Tapaamisessa toimeksiantajan kanssa maaliskuussa 2022 kävimme keskustelua videoiden sisällöstä. Toimeksiantajan aihe sisällön toiveita olivat alan monipuolisuus, ammattiyhteisyys, jatkokoulutusmahdollisuudet, alan kehitysmahdollisuudet sekä ”greenpodiatry” osana alan kestävästä kehityksestä.

Videoiden ideointi aloitettiin kevään 2022 aikana osana opinnäytetyön suunnitelmavaihetta ja sitä jatkettiin opinnäytetyön toteutusvaiheeseen kesäkuuhun 2022 asti. Ideointi toteutettiin Brainstorming-menetelmällä. Ideoinnin tukena tarvitaan välineitä kuten Brainstorming, joka edistää luovuutta ja moniäänisyyttä (Salonen, Eloranta, Hautala, Kinno 2017:58).

Ideoinnissa voi olla luova ja kaikki ideat kannattaa huomioida. Tarkoituksena on saada runsaasti ideoita, joten kriittisyys ei kuulu ideointivaiheeseen. Brainstorming menetelmässä riittää välineeksi vain kynät ja paperia. Työskentelyssä kirjataan kaikki vilskeimmätkin ideat, joista valitaan myöhemmin jatkotyöskentelyyn sopivimmat (Ahonen & Iloranta 2021:19).

Ideoinnille varasimme erillisiä päiviä. Tapaamisissa oli tarkoitus saada ainoastaan paljon ideoita paperille. Ideointia tehtiin kahviloissa ja koulun tiloissa. Ideoinnille varasimme tarpeeksi aikaa ja panostimme ilmapiiriin luovuuteen ja sallivuuteen. Kaikki ideat kirjoitettiin ylös jatkotyöstämistä ja karsimista varten.

Suunnitteluvaiheessa tehdään taustaselvitystä, jossa perehdytään kirjallisuuteen ja tutkimustietoon aiheesta (Salonen ym. 2017:60). Teoreettisen viitekehyksen olimme määritelleet jo suunnitelmavaiheessa keväällä 2022, mutta kesällä perehdyimme tarkemmin TikTok-videoiden kuvaamiseen liittyviin asioihin.

Videoiden suunnittelu ja toteutusvaihe menivät osittain limittäin. Kehittämistoiminnassa on tyypillistä eri vaiheiden päällekkäisyys (Salonen ym. 2017:51). Opimme prosessin aikana, että nopeasti vaihtuvat TikTok-trendit tekevät mahdolliseksi tehdä ennakkoon täysin valmiita videoita. Trendejä ei tarvitse täysin noudattaa, mutta trendit vaihtuvat hyvin nopeasti ja Vainikaisen (2022) mukaan TikTokissa suosittua musiikkia ja äänien käyttö on suositeltavaa, jolloin julkaisu tavoittaa laajemmin käyttäjät (Vainikainen 2022).

Tilin nimen valintaa suunnittelimme tutkintovastaava Waseniuksen kanssa ja hänen toiveensa oli, että TikTok-tilin nimessä tulisi Metropolia mainittua. Suunnittelimme kolme eri vaihtoehtoa nimeksi, mistä tutkintovastaava Wasenius valitsi lopulliseksi nimeksi Jalkaterapeutit_Metropolia.

Sosiaalisessa mediassa toimiminen edellyttää eettistä ja juridista pohdintaa, sillä eettiset velvoitteet pätevät myös some ympäristössä (Matikainen & Huovila 2017). Jalkaterapeuttia velvoittaa terveydenhuollon ammattieettiset velvoitteet. Videoiden sisällön suunnittelussa huomioimme, että sisältö noudattaa ammattieettisiä velvoitteita. Laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä (559/1994) § 15 on säädetty, että ammattitoiminnassa sovelletaan koulutuksen mukaisia ja yleisesti hyväksytyjä sekä perusteltuja menettelytapoja. Sisältöä on suunniteltu videoihin opintosuunnitelmassa opetettavista aihealueista.

Yhden kuvaamamme videon jätimme julkaisematta. Ymmärsimme kuvausten jälkeen, ettei videolla käytettyä taustakuvaa voinut käyttää. Kuva oli My feet are killing me-tv-sarjan päähenkilöistä. Sosiaalisen median markkinoinnissa käytetyissä kuvissa ei saa käyttää hyväksi toisen hankkimaa mainetta tai tunnettua ja myös kuva toisesta henkilöstä kuuluu yksinoikeuden piiriin (Koivumäki 2016.)

Videoita on kuvattu kesäkuusta 2022 alkaen lokakuun puoliväliin asti. Videoiden sisältöä on kuvattu Metropolian Myllypuron kampuksella yleisissä tiloissa, liikelaboratoriossa, välinehuollon- ja harjoitus poliklinikan tiloissa sekä pohjallispajalla. Kuvauslupia ei tarvittu erikseen koulun tiloihin, sillä toimeksiantajana oli tutkinto-ohjelma. Kuvausai-

kataulut sovittiin jalkaterapian opettajien kanssa. Toimeksiantajan kanssa sovittiin yhdessä, että tilin avaaminen ja videoiden julkaisu tapahtuisivat syksyn 2022 aikana. Kuvauksissa esiintyi jalkaterapeutti opiskelijoita ja Metropolian henkilökuntaa sekä jalkaterapian tutkintovastaava. Kaikki videoilla esiintyvät henkilöt olivat vapaaehtoisia ja esiintyviltä henkilöiltä kysyttiin suullinen lupa. Videot julkaistiin ajalla 6-21.10.2022. Julkaisuja jaettiin useissa sosiaalisen median väylissämme, jotta tili saisi näkyvyyttä.

Päätös- ja implementointi vaiheessa suunnitellaan mitä tuotokselle tapahtuu jatkossa (Salonen & Eloranta & Hautala & Kinos 2017 :66) Tutkintovastaava Waseniuksen kanssa olimme keskustelleet tilin jatkuvuudesta ja kaikkien osapuolten yhteinen toive oli saada TikTok-tilille jatkaja. Wasenius löysi jatkajat tilille elokuun 2022 lopussa. Jatkajiksi valikoitui toisen vuoden kaksi opiskelijaa. Tapasimme tulevat TikTok-tilin käyttäjät syyskuun lopussa, jolloin kerroimme opinnäytetyönä tekemästämme TikTok-tilistä ja sen tarkoituksesta. Tili luovutettiin uusille käyttäjille lokakuun lopussa 2022. Metropolian jalkaterapian tutkinnon verkkosivuille lisättiin linkki TikTok-sovellukseen lokakuun puolessavälissä toimeksiantajan toimesta.

6 Jalkaterapian tunnettuuden lisääminen TikTok- sovelluksen avulla

Tässä luvussa esittelemme ensin kyselyn tulokset ja seuraavaksi opinnäytetyön tuotoksen, eli 12 TikTok-videota. Toteutimme opinnäytetyönä kyselyn, jonka tarkoituksena oli selvittää jalkaterapian tunnettuutta, sekä kartoittaa minkälainen sisältö jalkaterapiasta kiinnostaisi TikTokissa. Tavoitteena oli toteuttaa anonyymi helposti vastattava kysely. Aineisto kerättiin Google Forms kyselyllä.

6.1 kyselyn tulokset

Toiminnallisessa opinnäytetyössä selvitys on ennen kaikkea tiedonhankinnan apuväline. Toiminnallisen opinnäytetyön selvityksen aineiston analyysi toteutetaan määrällisissä tutkimusmenetelmissä usein perustason tunnuslukuin, esimerkiksi prosentteina ja taulukoina (Airaksinen & Vilkkä 2003b: 57.)

Onko jalkaterapia sinulle alana tuttu?

Tällä kysymyksellä kartoitimme jalkaterapia alan tunnettuutta. Ensimmäisessä kysymyksessä vastausvaihtoehtoja oli kolme. Vastauksissa ensimmäiseen kysymykseen

suurimmalle osalle ala oli jonkin verran tuttu. Jalkaterapia-alaa, ei tuntenut ollenkaan 13 vastaajaa 45 vastaajasta. Alan hyvin tuntevia oli vähiten vastaajista.

Taulukko 1. Vastaukset kysymykseen onko jalkaterapia alana sinulle tuttu?

Vastausvaihtoehdot	N	%
Jonkin verran tuttu	27	60
Ei, en tunne ollenkaan	13	28,9
Tiedän/tunnen hyvin	5	11,1
Yhteensä	45	100

Mitä luulet, että jalkaterapeutti tekee työssään?

Tämä kysymys oli avoin kysymys. Kysymykseen vastaaminen oli vapaaehtoista. Saimme 34 vastausta kysymykseen. Vastauksia analysoimme luokittelemalla aineistossa toistuvia teemoja neljään eri ryhmään.

Luokittelussa tietoa jäsennetään erilaisiin kategorioihin ja luokittelua voidaan käyttää määrällisessä ja laadullisessa tutkimuksessa. Luokittelua voidaan toteuttaa eri aineistoissa kuten kyselyistä, arkistoaineistoista, kertomuksista ja havainnoinnista (Jyväskylän yliopisto 2010.)

Neljä yleisintä vastauksissa esiintyvää työtehtävää olivat jalkojen hoitaminen, kuntoutus, tutkiminen ja jalkavaivojen ennaltaehkäisy.

Taulukko 2. Vastaukset kysymykseen mitä luulet, että jalkaterapeutti tekee työssään?

Kategoriat	N	%
Hoitaa jalkoja	19	47,5
Kuntouttaa	9	22,5
Tutkii	6	15
Jalkavaivojen ennaltaehkäisy	6	15
Yhteensä	40	100

Kategoriaan ”hoitaa jalkoja” laskettiin maininnat jalkojen hoidosta, jalkahoidosta ja haavanhoidosta. Jalkojen hoitaminen oli tunnetuin jalkaterapeutin työtehtävä. Kuntoutuksen kategoriaan laskettiin kaikki vastaukset missä kuntoutus oli mainittuna ja yksi vastaus missä kuvattiin kuntoutussuunnitelman tekemistä.

Yksi vastaajista vastasi jalkaterapeutin työtehtäväksi kynsien lakkaamisen, mikä on väärää tietoa. Jalkojen hoitopalveluita tarjoavat useat eri ammattiryhmät kuten jalkaterapeutit, jalkojenhoitajat, jalkojenhoidon ammattitutkinnon suorittaneet henkilöt, kosmetologit, estenomit. Jalkaterapeutin koulutukseen eivät kuulu esteettiset palvelut (Liukkonen & Saarikoski 2004:22–23.) Kosmetologin tekemään jalkahoitoon voi sisältyä kynsien lakkaaminen (Stadin AO).

Jalkaterapeutin työtehtäviä mielestäni ovat

Tällä kysymyksellä kartoitimme vastaajien tietämystä jalkaterapeutin työtehtävistä, jossa esitimme 14 väittämää työtehtävistä, mistä 6 vastausvaihtoehtoa oli väärin. Vastaajat saivat valita vapaasti vaihtoehtoista useita väittämiä. Väittämät ovat opetussuunnitelman mukaisia jalkaterapeutin työtehtäviä. Työtehtävät ovat muotoiltu mahdollisimman konkreettisiksi ja helposti ymmärrettäviksi, jotta kyselyyn vastaaminen olisi mahdollisimman helppoa.

Taulukko 3. Vastaukset jaettuna oikeisiin ja väriin väittämiin, kysymykseen jalkaterapeutin työtehtävät mielestäni ovat

Oikeat työtehtävät/väittämät	N	%
Vaivaisenluun ennaltaehkäisy ja hoito	40	13,9
Ohjata sopivien kenkien valinnassa	39	13,5
Diabeetikon jalkaterveyden hoito	38	13,2
Alaraajojen lihasvoiman testaaminen	36	12,5
Alaraajojen nivelten liikkuvuuden mittaaminen	36	12,5
Yksilöllisten harjoiteohjelmien laatiminen	35	12,15
Hieronta ja faskia käsittelyt	34	11,8
Kokonaisvaltainen hyvinvoinnin edistäminen	30	10,4

Yhteensä	288	100
Väärät työtehtävät/väittämät	N	%
Jalkojen raspaus	16	64
Jalkojen esteettiset hoidot	7	28
Kirurgiset operaatiot	1	4
Geelikynsien valmistaminen	1	4
Lääkkeiden määrääminen	0	0
Alaraajojen karvanpoistot laserilla	0	0
Yhteensä	25	100

Jalkaterapeutin työtehtävistä, oikein vastasi suurin osa vastaajista. Viisi tiedetyintä työtehtävää olivat vaivaisenluun ennaltaehkäisy, ohjaus sopivien kenkien valinnassa, diabeetikoiden jalkaterveyden hoidosta huolehtiminen, alaraajojen lihasvoiman testaaminen ja alaraajojen nivelten liikkuvuuksien mittaaminen.

Jalkaterapeutin koulutukseen sisältyy oikeanlaisten kenkien ohjaus, sekä valinta. Osana jalkaterveyden edistämisen opintoja kuuluu, opintoja kokonaisvaltaisesta terveyden edistämisestä. Korkean riskin jalkasairaudet ja jalkahaavojen ennaltaehkäisy opintokokonaisuuden keskeisenä sisältönä on diabeettisten jalkavaivojen ennaltaehkäisy, tunnistaminen ja hoito (Metropolia opetussuunnitelma.) Jalkaterapeutin hoito- ja kuntoutusosaamisen osaamisalueita ovat jalkaterveyttä ja toimintakykyä edistävä ohjaus, iho- ja kynsimuutosten hoito, terapeuttinen harjoittelu, manuaaliset terapiat sekä apuvälineterapia (Metropolia opintosuunnitelman kuvaus). Alaraajojen toimintoja tukevalla terapialla tarkoitetaan esimerkiksi toiminnallisia harjoitteita, hierontaa, teippausta, sekä kivun hoitoa fysikaalisilla hoidoilla (Liukkonen & Saarikoski 2004: 24). Jalkaterapeutin toimintakyvyn arvioinnin opintoihin sisältyy nivelten liikelaajuuksien mittaaminen ja lihasvoimien testaaminen (Metropolia opintosuunnitelma).

Vääriin työtehtäviin tai väittämiin tuli kyselyssä huomattavasti vähemmän vastauksia. Vääriä väittämiä jalkaterapeutin työtehtävistä olivat jalkojen raspaus, jalkojen esteettiset hoidot, kirurgiset operaatiot ja geelikynsien valmistaminen, lääkkeiden määrääminen ja alaraajojen karvanpoisto laserilla. Kukaan vastaajista ei vastannut jalkaterapeutin työtehtäviksi lääkkeiden määräämistä tai alaraajojen karvojen poistoa laserilla.

Jalkaterapeutin koulutus on

Kysymyksellä halusimme kartoittaa vastaajien tietämystä jalkaterapeutin koulutusasteesta. Vastausvaihtoehtoja oli neljä.

Taulukko 4. Vastaukset kysymykseen jalkaterapeutin koulutus on...?

Vastausvaihtoehdot	N	%
Ammattikorkeakoulututkinto	42	93,3
Ammattikoulututkinto	1	2,2
Ylempi ammattikorkeakoulututkinto	1	2,2
Yliopistotutkinto	1	2,2
Yhteensä	45	100

Jalkaterapeutin ammatti on ammattikorkeakoulututkinto, ja sen tiesivät lähes kaikki. 42 vastausta oli oikein, yksi vastaus oli ammattikoulututkinto, yksi vastaus oli ylempi ammattikorkeakoulututkinto ja yksi vastaus oli yliopistotutkinto.

Voisitko harkita jalkaterapeutiksi kouluttautumista?

Tällä kysymyksellä kartoitimme vastaajien kiinnostusta kouluttautua jalkaterapeutiksi. Kysymys oli mielenkiintoinen, sillä jalkaterapia opintolinjalle Metropoliaan oli hakijoita vähäisin määrä vuoden 2021 yhteishaussa verraten muihin terveyden- ja hyvinvoinnin aloihin (Opetushallitus 2021)

Taulukko 5. Vastaukset kysymykseen voisitko harkita jalkaterapeutiksi kouluttautumista?

Vastausvaihtoehdot	N	%
Ei, en ole kiinnostunut	21	46,7
Ehkä, voisin harkita	11	24,4
Ei, en tunne alaa tarpeeksi	8	17,8
Kyllä, ala on mielenkiintoinen	5	11,1
Yhteensä	45	100

Suurin osa kyselyyn vastanneista eivät olleet kiinnostuneita hakeutumaan jalkaterapeutin ammattiin. Tässä kyselyssä jalkaterapeutin koulutuksen mielenkiintoiseksi kokevia oli vähiten vastaajista. Loput vastaajista voisivat ehkä harkita alalle hakeutumista tai eivät tienneet alasta tarpeeksi, jonka vuoksi eivät olleet kiinnostuneita kouluttautumaan jalkaterapeuteiksi.

Käytätkö TikTok-sovellusta?

Kysymyksessä kartoitimme vastaajien TikTokin käyttöä. Kyseessä oli monivalintakysymys, jossa oli neljä eri vastausvaihtoehtoa. Näillä kysymyksillä halusimme kartoittaa kuinka moni vastaajista käyttää sovellusta ja minkä verran.

Taulukko 6. Vastaukset kysymykseen käytätkö TikTok sovellusta?

Vastausvaihtoehdot	N	%
En ollenkaan	23	51,1
Jonkin verran	12	26,7
Todella paljon	6	13,3
Paljon	4	8,9
Yhteensä	45	100

TikTok-sovellusta ei käyttänyt hieman yli puolet vastaajista. Reilu neljäsosa vastaajista käyttää sovellusta jonkin verran. Todella paljon TikTokia käyttäviä oli hiukan enemmän, kuin paljon käyttäviä.

Jos käytät, TikTok- sovellusta haluatko, että sisältö on...

Kysymyksellä halusimme tietää minkä tyyppistä sisältöä vastaajat mielellään katsovat sovelluksessa. Vastausten perusteella voisimme suunnitella sisällön tyyliä omiin

julkaisuihimme TikTokissa. Kysymyksessä oli neljä vastausvaihtoehtoa, jotka olivat viihdettä ja tietoa, viihdettä, tietoa tai en käytä sovellusta.

Taulukko 7. Vastaukset kysymykseen mitä sisältöä TikTok-sovelluksessa halutaan katsoa

Vastausvaihtoehdot	N	%
Viihdettä ja tietoa	33	73,3
Viihdettä	3	6,7
Tietoa	2	4,4
En käytä sovellusta	7	15,6
Yhteensä	45	100

Kyselyn mukaan TikTokissa selkeästi eniten haluttiin katsoa viihdettä ja tietoa sisältävää materiaalia. Pieni osa vastaajista halusi katsoa ainoastaan viihdettä tai tietoa.

Mistä seuraavista aiheista voisit olla kiinnostunut?

Viimeisessä kysymyksessä halusimme tietää mistä aiheista vastaajat olisivat kiinnostuneita näkemään sisältöä Tiktokissa. Pyysimme valitsemaan kolme kiinnostavinta aiheita kymmenestä eri vastausvaihtoehdosta.

Taulukko 8. Vastaukset kysymykseen Mistä seuraavista aiheista voisit olla kiinnostunut.

Vastausvaihtoehdot	N	%
Juoksun/kävelyn analyysit	37	26
Alaraajojen lihasten voimistavat harjoitteet	33	23
Alaraajavammojen kuntoutus	20	14
Sopivien jalkineiden valinta	16	11
Varpaiden virheasentojen ennaltaehkäisy ja hoito	15	10

Pohjallisten valmistus	7	5
Jalkaterapeutin koulutus	6	4
Iho- ja kynsimuutosten hoito	4	3
Metropolian Myllypuron kampuksen esittely	4	3
Paljasjalkakengät	1	1
Yhteensä	143	100

Taulukossa on kuvattuna vastaukset kysymykseen mistä aiheista jalkaterapiaan liittyen vastaajat ovat kiinnostuneet. Kysymyksessä pyysimme vastaajia valitsemaan kolme kiinnostavinta aihetta. Eniten kiinnostavimmaksi koettiin juoksun tai kävelyn analyysit. Vastaajista 37 mielestä juoksu ja kävelyn analyysit olivat kolmen kiinnostavimman aiheen joukossa. Toiseksi kiinnostavimmaksi aiheeksi vastaajien mielestä valikoitui alaraajojen lihasten voimistavat harjoitteet, minkä 33 vastaajista valitsi kolmen kiinnostavimman aiheen joukkoon. Kolmanneksi kiinnostavimmaksi aiheeksi valikoitui alaraajavammojen kuntoutus. Vastaajista 20 valitsi alaraajavammojen kuntoutuksen kolmen mielenkiintoisimman aiheen joukkoon.

6.2 TikTok-videot

Kaikki videot olivat yhden minuutin pituisia tai hieman lyhyempiä. Sosiaalisen median myötä ihmisten kyky huomioida on lyhentynyt. Tästä syystä lyhyemmät videot ovat suosittuja ja auttavat saavuttamaan enemmän sitoutuneita katsojia (Soldeman 2022.)

Jokaisen videon teksteissä on huomioitu sosiaaliseen mediaan sopiva kieliasu. Kaikki videot olivat suomenkielisiä. Some kirjoituksissa voidaan käyttää arkikieltä ja hyödynittää hymiöitä. Tekstien tulisi olla somessa nopealukuisia, jolloin tekstillä ei pyritä kertomaan kaikkea kerrottavasta asiasta (Kortesuo 2018 :29–30.) Tekstissä on yritetty välttää vaikeasti ymmärrettävää ammattisanastoa. Harvinaista ammattisanastoa tulisi välttää, ellei tekstit ole suunnattuja alan ammattilaisille (Saavutettavasti 2022).

Kaikissa videoissa käytettiin TikTokissa suosittua musiikkia. Ajankohtaisesti suosittu musiikin käyttäminen videolla on kannattavaa ja sillä voidaan lisätä videon näkyvyyttä

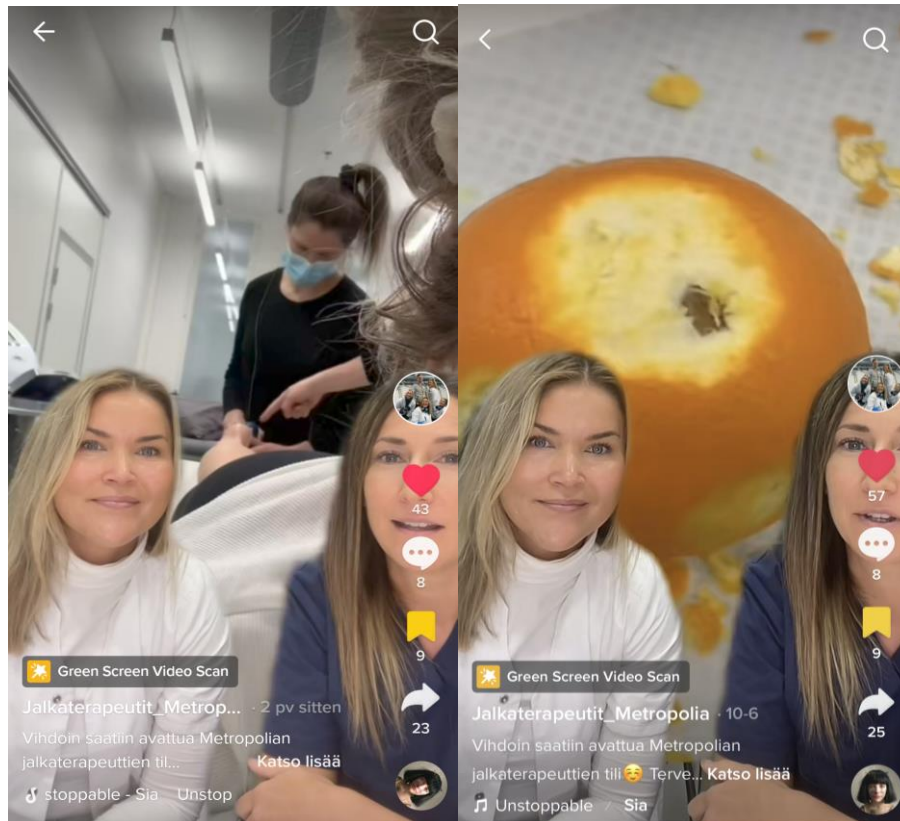
(Aalto 2019.) TikTokiin algoritmi suosii suosittua musiikkia käyttäviä videoita, jolloin sovellus jakaa laajemmin julkaisua (Vainikainen 2022). Videoiden editoinnissa on hyödynnetty CapCut-sovellusta.

1 Let's go!

Ensimmäisellä videolla esittelimme itsemme ja kerroimme yleisesti jalkaterapian alasta. Halusimme ensimmäisen julkaisun tuovan esiin koulutuksen perustiedot lyhyesti. Verkosisällön saavutettavuutta ja informaation sujuvaa kulkua voidaan edistää kertomalla ensin laajat kokonaisuudet ja sen jälkeen nostetaan esiin pienempiä yksityiskohtia (Saavutettavasti 2022).

Video on rakennettu sovelluksen Green Screen ominaisuudella, jolloin taustallamme oli video, mihin on koottu videomateriaalia opetustilanteista opintojemme eri vaiheista. Taustavideo tukee katsojan ymmärrystä alan monipuolisuudesta. Lyhytvideoissa taustaa voidaan hyödyntää lisäinformaation antamiseen (Valjakka 2022).

Video oli selitys video, mikä on yleisesti kestoaltaan enintään yhden minuutin ja sen avulla saa tiiviin käsityksen käsiteltävästä asiasta. Selitysvideoissa hyödynnetään tiedon jakamista osiin eli eri videoihin ja niiden julkaisu järjestys tukee katsojan ymmärrystä asiasta (Pohjankettu 2022: luku 2,1 Selitysvideo 7.)



Kuva 2. Let's go videosta kuvakaappaukset.

Ensimmäiselle videolle jätimme tarkoituksella virheitä. Virheillä tarkoitamme kun, sekaannumme videolla sanoissamme ja järjestyksessä, jolla olimme suunnitelleet sanovamme asiat. Ilmapiiri TikTokissa on hyväksyvä ja lempeä, virheet ovat sallittuja, eikä niitä tarvitse peitellä (Rönnerberg 2022, Aalto 2019).

2 Päivän asu

Videon tarkoituksena oli tuoda esiin jalkaterapeutin monipuolisia työtehtäviä, työasujen ja eri työympäristöjen kautta. Videossa esiteltiin kolme eri työasua ja työympäristöä. Videolla vaihtuu ensimmäisenä omat vaatteemme työ ja suojavaarusteisiin, joita jalkaterapeutti opiskelijat käyttävät opetuslinikalla. Toisena työasuna esittelimme toiminnallisen harjoittelun ohjauksessa käytettäviä vaatteita, jonka videon osan kuvasimme koulun asiakasohjaukseen tarkoitettulla kuntosalilla. Viimeisenä asuna esittelimme pohjallispajalla käytettävät työ- ja suojavaatteet.



Kuva 3. Päivän asu videosta kuvakaappaukset.

Videon tavoitteena oli tuoda esille alan monenlaisia työtehtäviä. Pyrimme videossa nopeamman ja hauskaan tunnelmaan. TikTokista haetaan pääasiassa viihdyttävää, opettavaista, inspiroivaa ja hauskaa sisältöä (Talvi 2021).

3 Paja hommia

Pohjallispajalla kuvatussa videossa oli tavoitteena lisätä tietoutta jalkaterapeutin osamisesta yksilöllisten tukipohjallisten valmistamisesta. Pohjallisten valmistus kuuluu jalkaterapeutin opintoihin osana jalkaterapian hoito- ja kuntoutus opintokokonaisuutta. Opintoja alaraajojen apuvälineterapiasta on koulutuksessa yhteensä 20 opintopistettä (Metropolia opetussuunnitelma). Tekemässämme kyselyssä pohjallisten valmistus jalkaterapeutin työtehtävänä oli huonosti tunnettu, vain neljä tiesi tämän vastaajista.



Kuva 4. Pohjallispajalla tapahtuu videon kuvakaappaukset.

Videossa halusimme tuoda esille pohjallisten valmistamista Metropolian Myllypuron kampuksen pohjallispajalla sekä esitellä niiden monia eri valmistustapoja. Tarkoituksena oli myös esitellä koulun tiloja ja puitteita. Musiikiksi valikoitui ajankohtainen halloween musiikki. Videolla toistuu teeman mukaiset erikoistehosteet.

4 Mitä en tekisi osa 1–3

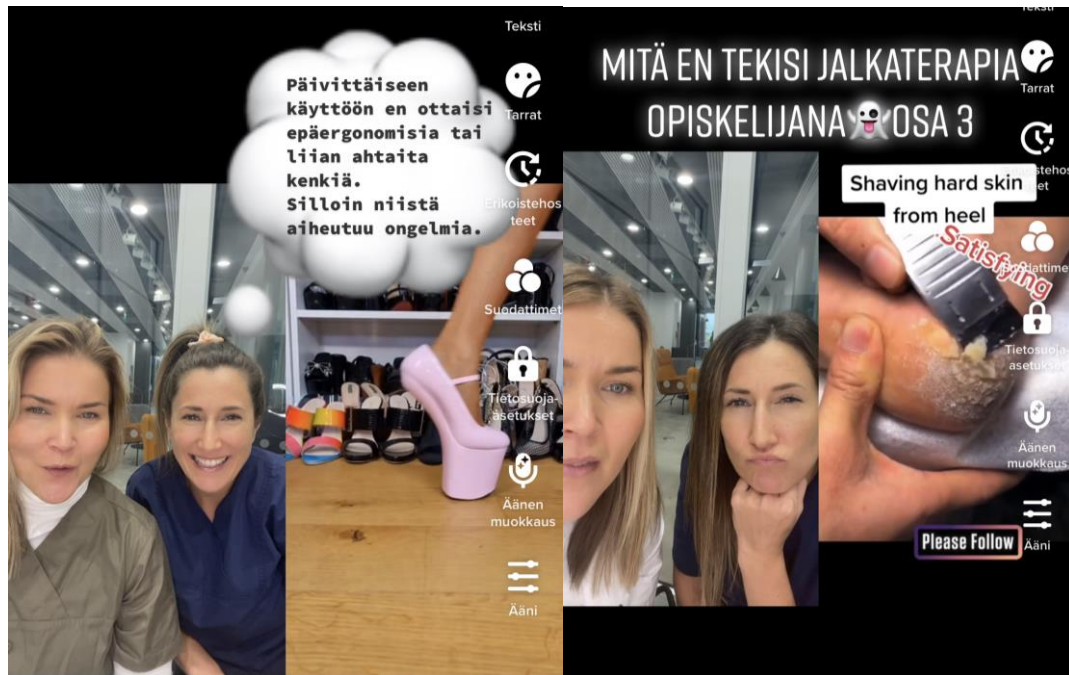
Videosarjassa on hyödynnetty TikTokin duetointi mahdollisuutta, missä oma video tehdään jo TikTokkiin ladattujen videoiden kanssa. Duetoinnilla voidaan saavuttaa sitoutuneita käyttäjiä. TikTok duetossa molemmat näkyvät omilla neliöllä ruudulla. Suositun käyttäjän kanssa jaetulla ruudulla tehdyllä videolla voidaan saavuttaa näkyvyyttä saman kaltaisten käyttäjien keskuudessa (Williams 2022.)

Videoissa on nostettu esiin duetoitavista videoista asioita mitä emme itse jalkaterapeutti opiskelijoina tekisi. Ensimmäisessä videoissa katsoimme kala-allasjalkahoitoa. Videolla pohdinnat ovat lyhyinä teksteinä, joissa pohditaan hoidon mahdollisia haittoja jalkaterveydelle. Videon tarkoitus oli tuoda esiin, että jalkaterapeutin työtavat perustuvat tutkittuun tietoon. Jalkaterapeutin opinnoissa korostuu näyttöön perustuva tieto ja työote (Metropolia, opetussuunnitelman kuvaus).



Kuva 5. Mitä en tekisi ensimmäisen videon kuvakaappaukset.

Toisella videolla katsoimme korkokenkä kävelyä, jossa totesimme, ettemme käyttäisi arjessa epäergonomisia tai liian ahtaita kenkiä. Videon tavoitteena oli tuoda esiin jalkaterapeutin osaamista jalkineiden arvioinnin ja ohjaamisen osa-alueilta. Jalkaterapeutin koulutukseen sisältyy opintoja asiakkaan ohjaamisesta oikeanlaisten kenkien valintaan ja terveyden edistämiseen asiakasohjauksen kautta. Jalkineiden ominaisuudet, jalkinearviointi sekä ohjaus kuuluvat jalkaterveyden edistämisen opintokokonaisuuteen (Metropolia Opetussuunnitelma.)



Kuva 6. Mitä en tekisi toisen ja kolmannen videon kuvakaappaukset.

Kolmannessa videossa duetoimme videota, jossa poistettiin jalasta kovettumia höylällä kovakouraisesti volemalla ilman suojakäsineitä. Tässä kauhistelimme rajuja otteita ja sitä ettei hoidossa käytetty suojakäsineitä. Oikeaoppinen suojavarusteiden käyttö ja ihomuutosten hoitaminen ovat osana opetussuunnitelmaa (Metropolia Opetussuunnitelma).

5 Shockwave

Shockwave videon tarkoitus oli tuoda esiin jalkaterapeutin monialaisia työtehtäviä ja kuvata osaamista laitehoitojen käytöstä yhtenä osana kuntoutusta. Jalkaterapeutin koulutukseen kuuluu 2 opintopistettä fysikaalisia hoitoja, jotka ovat osa alaraajojen rakenne, toiminta ja kuntoutus 3 opintokokonaisuutta (Metropolia opetussuunnitelma).



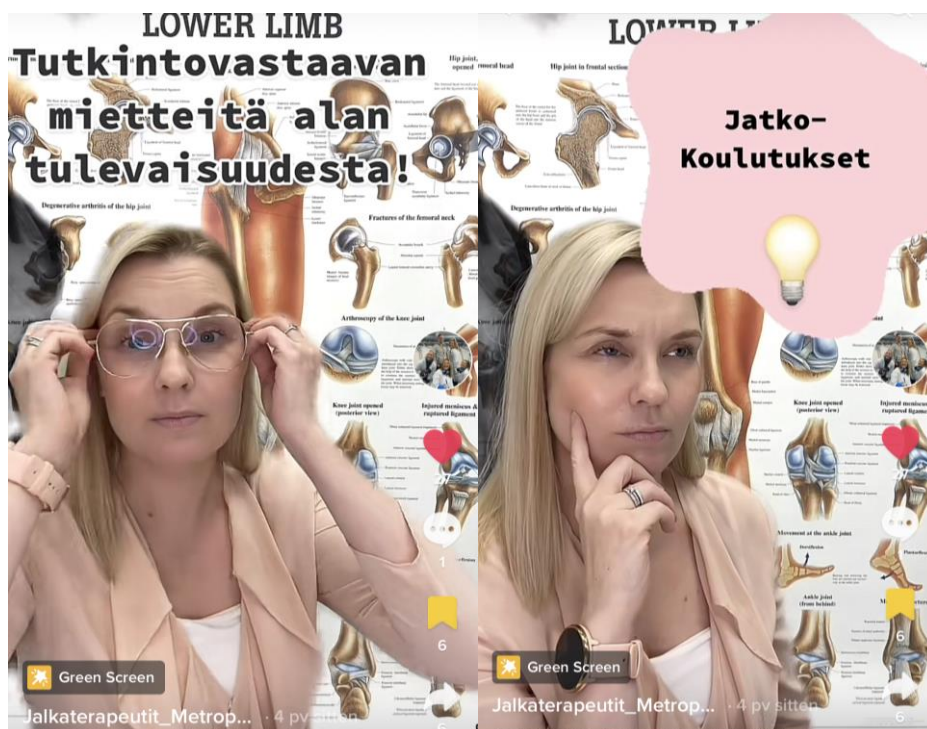
Kuva 7. Shockwave videon kuvakaappaukset.

Shockwave hoito tuntuu nipistelynä, videossa hiukan liioitellaan kipua, jotta videosta saatiin viihdyttävä. Videossa oli käytetty erikoistehosteita kuten zoomausta ja videokuvaa on nopeutettu. Lyhytvideoiden tulee olla tiivistettyjä ja nopeita, jotta ne jaksetaan katsoa loppuun (Julin & Valjakka 2021).

6 Alan tulevaisuus

Videolla esitellään jalkaterapian tutkintovastaavan ajatuksia alan ja sen koulutuksen tulevaisuudesta. Videon tarkoituksena oli esitellä jalkaterapian tulevaisuuden näkymiä ja lisätä alan vetovoimaisuutta. Alan kehitysmahdollisuudet ja jatkokoulutus olivat opinäytetyön toimeksiantajan toiveiden mukaisia sisältöjä videoissa.

Laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä (559/1994) §18 velvoittaa terveydenhuollon henkilöstöä ylläpitämään ja kehittämään ammattitoiminnan edellyttämiä tietoja ja taitoja. Jatkokoulutusmahdollisuudet suoraan jalkaterapeuteille ovat tärkeä lisä ammatilliselle kehitymiselle valmistumisen jälkeen.

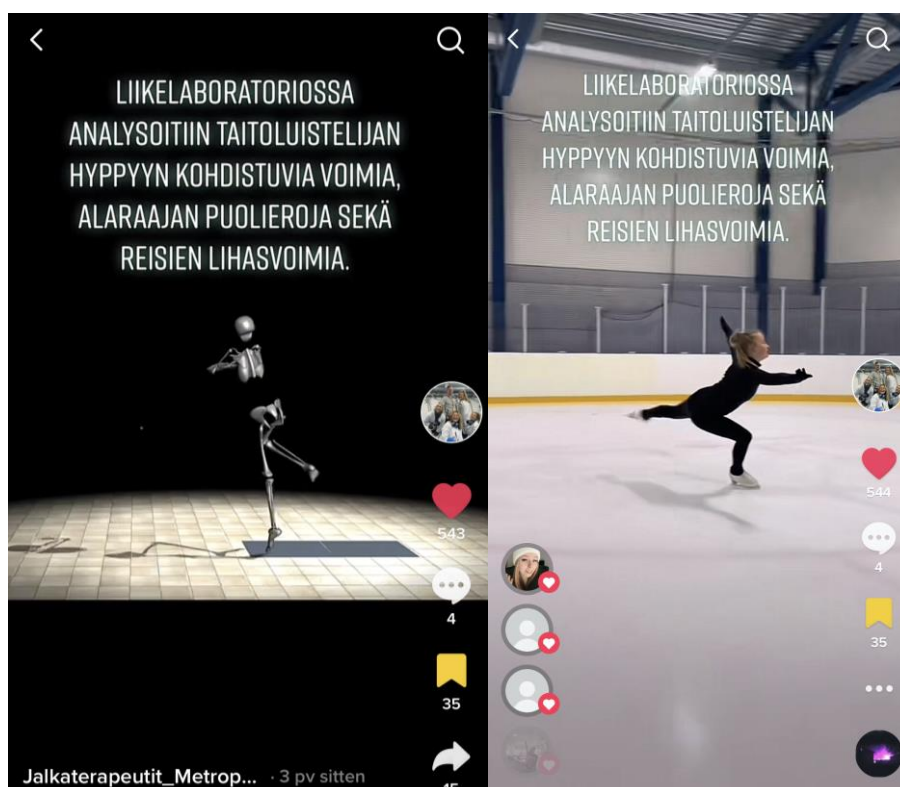


Kuva 8. Alan tulevaisuus videon kuvakaappaukset.

Videon taustalla on käytetty Green Screen erikoistehostetta. Taustakuvalla pyrittiin tuomaan esille alan opintoihin liittyviä anatomian opintoja. Jalkaterapeutin opintoihin sisältyy yhteensä 10 opintopistettä anatomian ja fysiologian opintoja osana jalkaterapian osaamisen perusteet opintokokonaisuutta (Metropolia opintosuunnitelma). Asiasisältö tuotiin vaihtuvina teksteinä esille. Koimme, että tulevaisuuden näkymien kertomiseen tulee vakuuttavuutta, kun videolla esiintyy tutkintovastaava itse.

7 Taitoluistelijan liikeanalyysi

Taitoluistelijan liikeanalyysi videolla esiteltiin koulumme liikelaboratoriota, jonka laitteistolla on mahdollista mitata tarkkaa tietoa tutkittavan nivelten nivelkulmista ja niveliin kohdistuvista kuormituksista (Metropolia liikelaboratorio). Perinteiset somevideoiden aiheet toimivat, kuten urheiluhetket ja temput (Vainikainen 2022). Kuvasimme taitoluistelijan hypyää 3D-liikeanalyysillä voimalevyantureiden päällä. Materiaalina hypystä saatiin luuranko video. Käytimme luistelijan omaa materiaalia toisena hypy videona. Kolmeen ensimmäiseen sekuntiin tulee panostaa, jotta saadaan katsoja koukuttumaan katsomaan koko video (Vainikainen 2022).



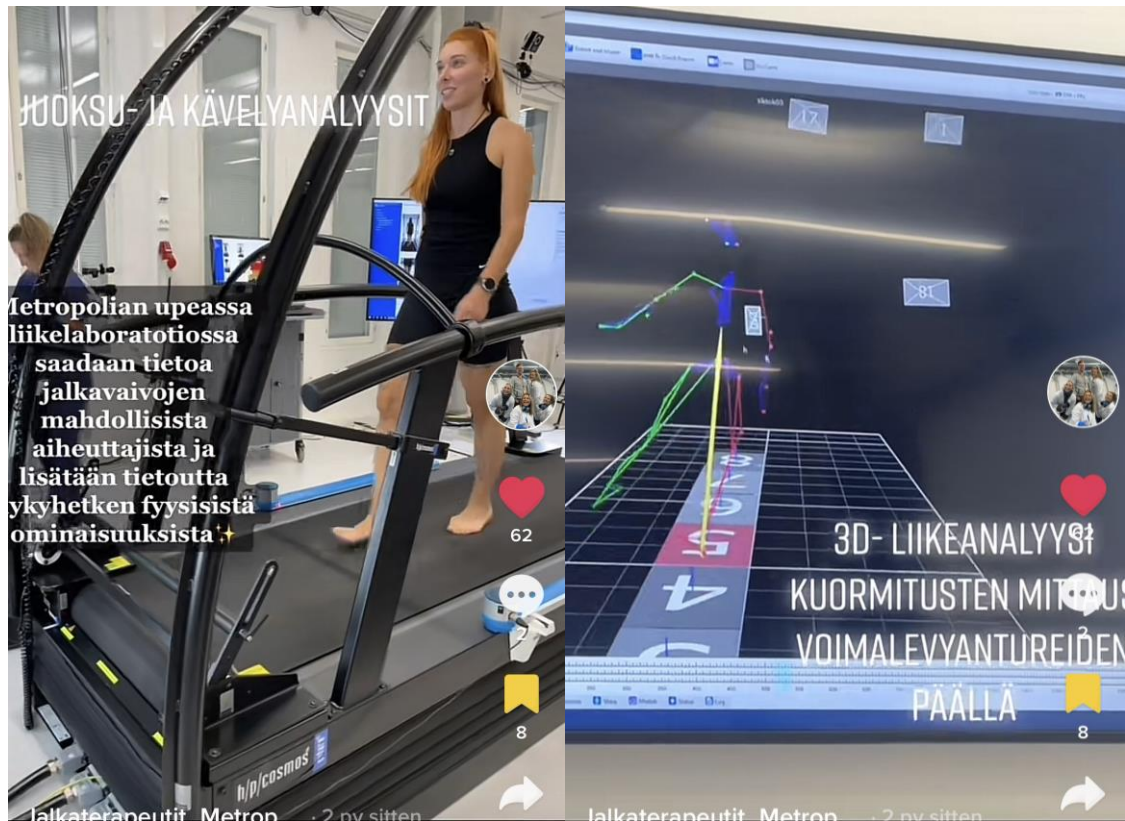
Kuva 9. Taitoluistelijan liikeanalyysi videon kuvakaappaukset.

Videolla esiintyy nuori huippu-urheilija, jolla pyrimme antamaan mielikuvaa jalkaterapeuttien asiakaskunnan monitahoisuudesta. Jalkaterapeutin osaamista voidaan soveltaa kaikenikäisille (Liukkonen & Saarikoski 2004: 23.) Vaikuttajamarkkinointi on nykykainen muoto mainonnalle. Vaikuttaja voi olla esimerkiksi urheilija. Tätä kautta kommunikointi tavoiteltavan kohderyhmän kanssa on vakuuttavaa (Manninen 2021). Nuoren urheilijan esiintymisellä videolla tavoiteltiin opinnäytetyön kohderyhmää, eli nuoria.

8 Mittaus, testaus, analyysi

Myllypuron kampuksella on huippuvarusteltu liikelaboratorio (Metropolia 2022). Jalkaterapeutti opinnoissa voi suorittaa viimeisen työharjoittelun liikelaboratoriossa.

Toisessa liikelaboratorio videossa esiteltiin lisää liikelaboratorion mahdollisuuksia tutkia ja testata asiakkaita. Suorittamassamme kyselyssä 26 % vastaajista olivat kiinnostuneita näkemään juoksun ja kävelyn analyysistä videosisältöä, jonka vuoksi videoita tehtiin kaksi liikelaboratoriosta.



Kuva 10. Mittaus, testaus, analyysi videon kuvakaappaukset.

9 Valitse puolesi

Videon tavoitteena oli esitellä opintosuunnitelmasta eri opintoja mielenkiintoisella tavalla. Opinnot oli esitelty videolla konkreettisin termein käytännön kautta eikä opintokokonaisuuksien nimillä. Halusimme ettei katsojan tarvitse tietää alasta mitään, mutta silti ymmärtää mistä siinä on kyse.



Kuva 11. Valitse puolesi videon kuvakaappaukset.

Kyselyssä vastaajista 73 % halusivat nähdä videoissa viihdettä sekä tieto. Opiskelijat valitsevat vuorollaan eri opinnoista mieleisensä vaihtoehdon. Viihdyttävyyttä julkaisuun toi videossa esiintyneiden eleet ja musiikki.

10 Varvashaaste

Varvashaaste videolla tuotiin esille jalkaterapeutin ammattiosaamista, joihin kuuluu anatomian ja biomekaniikan tuntemus, sekä terapeuttisten harjoitteiden ohjaus (Metropolia opintosuunnitelma). Haastevideot ovat suosittuja TikTokissa. Haasteet leviävät hyvin, ne ovatkin yksi sovelluksen suosituimmista aiheista. Haastevideot tuovat yhteisöllisyyttä käyttäjien keskuudessa (Weckström 2019.) Videon oli kestoltaan lyhyt ja se haastoi katsojaa kokeilemaan varpaiden harotusta.



Kuva 12. Varvashaaste videon kuvakaappaukset

Kaikilla tilillä julkaistuilla videoilla oli yhteensä 60430 näyttökertaa 27.10.2022. Seuraajia tilille oli kertynyt 172.

7 Pohdinta

Opinnäytetyön tarkoituksena oli avata jalkaterapian alasta ja sen koulutuksesta kertova TikTok-tili. Tavoitteena oli lisätä jalkaterapia-alan tunnettuutta nuoremman väestön keskuudessa Suomessa. Teoreettinen viitekehys käsittelee jalkaterapeutin ammattia ja koulutusta sekä sosiaalista mediaa tunnettuuden lisäämisessä. Suunnittelimme, toteutimme ja julkaisimme 12 jalkaterapiasta kertovaa TikTok-videojulkaisua. Opinnäytetyöhön kuului kysely, jonka tavoitteena oli selvittää jalkaterapian tunnettuutta sekä kartoittaa minkälainen sisältö kiinnostaa ihmisiä TikTok-sovelluksessa. Kyselyn aineisto kerättiin Google Forms kyselyllä. Aineiston analyysin toteutimme numeroin, prosenttein ja taulukoin. Toiminnallisissa opinnäytetöissä käytetään aineiston analyysissä usein perustason tunnuslukuja (Airaksinen & Vilka 2003b: 59)

7.1 Tulokset ja arviointi

Opinnäytetyön arviointi on osa oppimisprosessia, jonka toteutus on mahdollista toteuttaa tutkivalla asenteella. Tutkivalla asenteella tarkoitetaan toiminnallisessa opinnäytetyössä valintojen tarkastelua ja valintojen perustumista taustalla olevaan tietoperustaan. Opinnäytetyössä arvioidaan myös ideaa, aihepiiriä, toteutustapaa sekä tavoitteiden saavuttamista. Toiminnallisissa opinnäytetyöissä on mahdollista, että joudutaan toteuttamaan jotain eri tavalla, kun alkuperäisessä suunnitelmassa oli suunniteltu. Arvioinnissa pohditaan mitkä tavoitteet toteutuivat ja mitä on muutettu. (Airaksinen & Vilkkä 2003b :154–156.)

Opinnäytetyömme tavoite oli lisätä jalkaterapian tunnettuutta sosiaalisen median avulla. TikTok oli alustana tunnettuuden lisäämisessä onnistunut valinta. Sovelluksen käyttö ei vaatinut rahoitusta ja videoiden kuvaaminen onnistui ilman ammattimaista välineistöä. Some ja nuoret 2022 selvityksen mukaan kaikista sosiaalisen median palveluista nuoret viettivät eniten aikaa TikTokissa (ebrand 2022). Jalkaterapian TikTok-tilin julkaisut saivat yhteensä 60430 katselukertaa hyvin lyhyessä ajassa. Lyhytvideoilla saavutetaan nyt paras orgaaninen näkyvyys sosiaalisessa mediassa (Valjakka 2021). Sopimuksessa toimeksiantajan kanssa oli sovittuna, että avaamme TikTok-tilin jalkaterapian tutkinto-ohjelmalle, ja julkaisemme siellä noin kymmenen jalkaterapiasta ja sen koulutuksesta kertovaa videota. TikTok-tili jää jalkaterapian tutkinto-ohjelman käyttöön. Sopimuksessa sovitut asiat toteutuivat opinnäytetyön puitteissa.

Arvioinnin objektiivisuuden lisäämiseksi tulisi palautetta pyytää kohderyhmältä esimerkiksi visuaalisesta ilmeestä kiinnostavuudesta, käytettävyydestä (Airaksinen & Vilkkä 2003b:157). Videoiden arvioiminen kohderyhmällä olisi ollut mielenkiintoista, mutta tähän meillä ei riittänyt aika opinnäytetyön puitteissa. Palautetta pyydettiin opinnäytetyön toimeksiantajalta yhteistyöhön, viestintään ja tuotoksen lopputulokseen liittyen.

Tulokset ja tulkinnat

Kyselyn perusteella pienin joukko vastaajista tunsi jalkaterapia-alan hyvin (11,1 %). 28,9 % vastaajista ei tuntenut alaa lainkaan ja 60 % tunsi alaa jonkin verran. 2018 tehdystä opinnäytetyössä löytyy maininta Metropolian jalkaterapeutin opiskelijoiden vuonna 2017 tekemästä kyselystä, jossa 60 % vastaajista oli aikaisemmin kuullut jalkaterapiasta (Kvarnström & Niskanen & Pulkkinen & Viita 2018: 2). Eli tunnettuus verraten 2017 vuoteen ei näyttäisi merkittävästi muuttuneen. Jalkaterapeutin tunnetuimpia työ-

tehtäviä olivat jalkojen hoitaminen, kuntoutus, tutkiminen ja jalkavaivojen ennaltaehkäisy. Jalkojen hoito oli mainittu hieman vajaalla puolella (47,5 %) vastaajista jalkaterapeutin työtehtäväksi.

Monivalintakysymyksessä jalkaterapeutin työtehtävistä osattiin valita laajemmin työtehtäviä jalkaterapeutille. Vastauksista viisi tunnetuinta työtehtävää olivat vaivaisenluun ennaltaehkäisy ja hoito, sopivien kenkien valinnan ohjaus, diabeetikon jalkaterveydenhoito, alaraajojen lihasvoiman ja nivelten liikkuvuuden testaaminen. Tässä kysymyksessä valittiin myös enemmän vääriä työtehtäviä jalkaterapeutin työtehtäväksi. Esimerkiksi 15,6 % kyselyyn vastanneista valitsi esteettiset hoidot jalkaterapeutin työtehtäväksi. Kuusi ydinaluetta, joista jalkaterapia muodostuu, ovat kliininen jalkaterapia, alaraajojen toiminnan arviointi, terveyttä edistävä jalkaterapia, jalkaterän apuvälineterapia sekä jalkaterapian kehittäminen (Liukkonen & Saarikoski 2004:23). Jalkaterapeutin opinnoissa korostuu näyttöön perustuva tieto ja työote (Metropolia, opetussuunnitelman kuvaus).

Jalkaterapeutin koulutusaste tiedettiin olevan ammattikorkeakoulututkinto. Yli puolet (64,5 %) vastaajista eivät olleet kiinnostuneet kouluttautumaan jalkaterapeuteiksi. Vastaajista 17,8 % perusteli vastausta sillä, ettei tunne alaa tarpeeksi. Saarikosken ja Stoltin (2016) mukaan jalkaterapeuttien pieni koulutusmäärä pitää myös alan huonosti tunnettuna (Saarikoski & Stolt 2016).

Vastaajista vajaa puolet käyttivät TikTok-sovellusta. Suurin osa vastaajista (73,3 %) halusi TikTok-videoiden sisältävän viihdettä ja tietoa. Vuonna 2022 TikToksissa enemmän suosiota ovat kasvattaneet viihdyttävät, mutta samalla kouluttavat tai informatiiviset videot (Valjakka 2022). Kyselyn tulos vastasi myös Valjakan (2022) ajatusta TikToksissa ajankohtaisesti kiinnostavasta sisällöstä. Vastaajista noin neljäsosa olivat kiinnostuneita näkemään videoita juoksu analyysiin (26 %) sekä alaraajojen lihasvoimien harjoitteisiin (23 %) liittyen. Kyselyssä TikTok-videoiden toivotuimmat sisällöt jalkaterapian alasta ja koulutuksesta saivat eniten katselukertoja TikTok-tilillämme. Julkaisumme taitoluistelijan liikeanalyysistä sai 21800 näyttökertaa ja varvashaaste sai 16500 näyttökertaa, mitkä olivat kaikista julkaisuistamme katsotuimmat.

Ensimmäisinä kahdeksana päivänä julkaisimme yhden videon vuorokaudessa. Yhden välipäivän jälkeen julkaisimme seuraavat neljä videota peräkkäisinä päivinä. Tiktok suosii aktiivisia tilejä, jotka julkaisevat videoita säännöllisesti. Säännöllinen videoiden julkaisu lisää näkyvyyttä ja auttaa pysymään ihmisten mielissä. Päivittaiset julkaisut

kasvattavat tilin seuraajamäärää (Julin 2020.) Julkaisujen eteneminen sujui suunnitelman ja suosituksen mukaisesti.

Tiedonhaussa hyödynsimme koulun kirjaston Metcat Finnan haku palveluita ja tietokantoja. Tiedon haussa käytimme Google scholar hakua. TikTok ei julkaise julkisesti paljonkaan omia tilastoja (Geysler 2022.) Sosiaalisen median käyttö on kasvanut nopeasti eikä siitä sen vuoksi ole välttämättä saatavilla ajankohtaista tutkimusta (Argyris & Monu 2015.) Tiedonhakua olisi voinut syventää esimerkiksi liiketalouden tietokantojen puolelle mistä markkinoinnista ja sosiaalisen median hyödyntämisestä olisi saanut vielä laajemmin ja syvällisemmin tietoa.

Luotettavuus ja eettiset asiat

Suunnitteluvaiheessa tutustuimme hyvään eettiseen käytäntöön. Tutkimus tulee toteuttaa suunnitelmallisesti. Opinnäytetyön kaikissa vaiheissa tulee olla rehellinen, huolellinen, avoin ja kunnioitettava muiden työtä kohtaan. Tekijän oikeuksia kunnioitetaan opinnäytetyössä (Arene ry 2020: 8–10.) Olemme merkinneet tarkasti lähdeviitteet. Vältimme raportoinnissa puutteellisen tiedon antamista ja harhaanjohtavan tekstin tuottamista. Opinnäytetyön raportoinnissa pyrimme käyttämään mahdollisimman uusia lähteitä. Suhtauduimme kaikkiin asioihin aina suvaitsevaisesti, avoimesti ja puolueettomasti.

Kaikki opinnäytetyöt tulee tarkistaa plagiaatintunnistus järjestelmässä (Arene ry 2020.) Käytimme Turnitin -ohjelmaa, jotta vältimme plagioinnin. Teimme kirjallisen sopimuksen opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa. Videoiden suunnittelussa huomioitiin lupa-asiat etukäteen. Videoilla kunnioitimme yhteistyötahojamme, alaamme, katsojaa ja koko sosiaalisen median yhteisöä. Jaoimme TikTokissa vain luotettavaa tietoa, joka on sovittu huolellisesti tilaajan kanssa. Koko projekti tehtiin korkean moraalin mukaisesti, kaikki kohdat tarkasteltiin tarkasti ja rehellisesti. Nimiä ei mainita, jos niistä ei ole sovittu etukäteen. Kaikki projektiin osallistuvat ovat tasa-arvoisia ja kaikkia kunnioitetaan omissa vahvuuksissaan. Opinnäytetyö on julkinen asiakirja (Arene ry 2020.)

Opinnäytetyössä ei ollut eettisesti tutkimusasetelmia, jotka vaatisivat ennakoarviointia. Kaikilta videoilla esiintyneiltä henkilöiltä on pyydetty kuvauslupa, sekä lupa videoiden julkaisemiseen. Tilat missä videoita on kuvattu, ovat toimeksiantajan tiloja, joten erillisiä kuvauslupia ei tarvinnut hakea. Kyselyä varten jaoimme linkin Instagramissa, joten vastaaminen oli täysin vapaaehtoista ja vastaajat vastasivat anonyymeinä. Kyselystä ei aiheutunut kuluja kenellekään osapuolelle.

Opinnäytetyön pitkäaikaisia vaikutuksia tunnettuuden lisäämisestä ei voitu opinnäytetyön puitteissa arvioida. Tunnettuuden lisääntymisestä voisi kertoa tulevaisuudessa opintoihin hakeutuvien määrän kasvu tai alan kysynnän lisääntyminen.

Prosessin vaiheiden arviointi

Tutkimus- ja kehittämishankkeen ideoinnin voidaan ajatella onnistuneen, jos se on spontaania ja vapaamuotoista yhteistyötä. Ideoinnissa olisi hyvä myös saada käyttää mielikuvitusta (Heikkilä & Jokinen & Nurmela 2008:61) Videoiden aiheiden ideoinnissa onnistuimme hyvin ja ideoinnin pohjana toimivat toimeksiantajan toiveet videoiden sisällöstä. Toimeksiantajan palautteen mukaan myös hänen toiveitaan kuunneltiin riittävästi. Kyselyn tuloksia hyödynnettiin videoiden sisällön suunnittelussa ja siitä oli hyötyä lopputuloksen onnistumisen kannalta.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli helppoa ja joustavaa läpi prosessin. Aikataulutuksessa haastavinta oli löytää kuvaus päivät huomioiden kaikkien osapuolien aikataulut. Arvioimme, että olisimme itse voineet tehdä vielä tarkemman suunnitelman prosessin etenemisestä aikataulullisesti. Esimerkiksi yksi julkaisu jäi tekemättä, missä kaikki opettajat olisivat esiintyneet.

Päätösvaiheen implementointi onnistui odotettua paremmin. Kehittämistyössä implementointi eli juurruttaminen voi olla useasti haastavaa (Salonen ym. 2017:66). Olimme tyytyväisiä, että tilille saatiin jatkajat. Tili jää tutkinto-ohjelman käyttöön, jolloin opiskelijat tuottavat jatkossa materiaalia TikTokiin jalkaterapiasta ja voivat suorittaa näin vapaasti valittavia opintoja.

7.2 Päätelmät

Sosiaalinen media antaa hyviä mahdollisuuksia tukea organisaatioiden ulkoista viestintää (Argyris & Monu 2015.) Lyhytvideoilla saadaan tällä hetkellä paras orgaaninen näkyvyys (Valjakka 2021). Sosiaalisella medialla tavoitetaan lähes kaikki suomalaisnuoret (Pitkänen & Saarenmaa 2021). Eurostat selvityksen mukaan 2015 erityisesti suomalaiset olivat aktiivisia hakemaan terveyteen liittyvää tietoa internetistä ja sosiaalisen median mukaan tehdään myös terveyteen liittyviä päätelmiä (Turunen & Härkänen 2016). Sosiaalisen median kanavat ja niiden sisältö muuttuvat nopeasti (Ukko 2022) Häirintä on myös lisääntynyt verkossa. Seksuaalinen viestintä on tullut osaksi sosiaalista mediaa, ja tämä onkin huomioitavaa organisaatiossa (Hietanen 2021.) Sosiaalisen median käytön lisääntyessä työelämässä, tulisi uusi työtapu huomioida myös organisaatioissa

työsuojelullisesta näkökulmasta. Somen käyttö osana työtä voi lisätä työn kuormittavuutta, jonka vuoksi on tärkeää huomioida somen käyttö työpaikan ohjeistuksissa ja koulutuksessa (Rauramo ym. 2022.)

Terveysalallakin tarvitaan yhä enemmän sosioteknisiä taitoja. Hoitotyössä osana potilasohjausta ja terveyden edistämistä on jo hyödynnetty sosiaalista mediaa ja sen käytön ajatellaan tulevaisuudessa lisääntyvän (Lehtonen & Salminen & Stolt 2010:11.) Tulevaisuudessa olisi mielenkiintoista selvittää voidaanko sosiaalista mediaa hyödyntää osana jalkaterapian potilasohjausta tai kartoittaa käytetäänkö jalkaterapiassa sosiaalisen median kanavia asiakastyössä.

Sosiaalisen median mahdollisuuksia olisi tarkoituksenmukaista harjoitella terveystaloilla jo koulutuksen aikana (Lehtonen & Salminen & Stolt 2010:11). Jatkossa tämän opinnäytetyön tuotoksena perustettua TikTok-tiliä voisi hyödyntää osana opintoja, harjoitteleamalla sosiaalisen median käyttötaitoja markkinoinnissa ja ammatillisessa viestinnässä.

Jatkossa jalkaterapian tunnettuuteen liittyvän kyselyn voisi toteuttaa omana opinnäytetyönä suoraan esimerkiksi nuorille tai muille kohderyhmille. Opinnäytetyössämme kyselyä jaettiin sosiaalisen median kautta, emmekä tienneet ketkä todellisuudessa vastasivat kyselyyn. Vastaajajoukon rajaamisella sekä kysymysten sisällöillä voidaan vaikuttaa mitä tutkimuksessa halutaan selvittää. Kyselyn laatimiseen liittyy runsaasti tekijöitä, jotka vaikuttavat kyselyn luotettavuuteen (Jyväskylän yliopisto 2016.)

Somen käytöllä voidaan myös verkostoitua ja ylläpitää ammatillista kehittymistä (Rauramo ym. 2022). Jalkaterapeuttien näkyvyyden lisääntyminen sosiaalisessa mediassa saattaisi lisätä verkostoitumista. Verkostoituminen voisi lisätä koko pienen alan kehittymistä tulevaisuudessa.

Kyselyssä jalkaterapeutti oli jonkin verran tuttu 60 %, vastaajista, mutta tarkkaa tietoa mitä kaikkea jalkaterapeutti tekee työssään, ei välttämättä tiedetä hyvin. Se saattaa vaikuttaa siihen, ettei asiakas osaa hakeutua jalkaterapeutin vastaanotolle. Kyselyä jaettiin omien sosiaalisen median alustojemme kautta, mikä on voinut vaikuttaa lisäävästi vastaajien tietouteen alasta. Kyselyn avoimen kysymyksen monet vastaukset ovat yleisellä tasolla, minkä ei anna tarkkaa tietoa todellisesta tietämyksestä.

Jalkaterapian tunnettuuden lisäämisellä olisi jatkossa mahdollista vaikuttaa asiakasvirtaan lisäävästi. Iso osa jalkaterapeuteista työskentelee itsenäisinä ammatinharjoittajina,

sillä julkisen sektorin toimia on vähän (Saarikoski & Stolt 2022). Opinnäytetyötä voi jatkossa hyödyntää itsenäinen ammatinharjoittaja, joka on kiinnostunut sosiaalisen median markkinoinnista TikTok-sovelluksessa tai haluaa kohdentaa markkinointia nuoreen väestöön.

Jalkaterapeutin ammattiosaamisen ymmärtäminen terveydenhuollon sisällä hyödyttäisi asiakkaita, jolloin asiakas ohjaus jalkaterapeutille voisi tapahtua oikea-aikaisesti ja tarkoituksenmukaisesti. Kuntoutustoimenpiteiden oikea-aikainen ja ennakoiva käynnistyminen on tärkeää ja usein lyhentää kuntoutus toimenpiteiden tarvetta (Autti-Rämö & Mikkelsen & Lappalainen & Leino 2016).

Matikaisen ja Huovilan (2017) mukaan sosiaalisesta mediasta voidaan sanoa sen tulleen jäädäkseen osana viestintää ja myös terveyden edistämistä. Asiantuntijoiden heittäytymisellä nykyaikaiseen viestintäympäristöön voidaan edistää terveyttä ja jakaa tietoa. Yhteisöissä voidaan sosiaalisessa mediassa jakaa asiantuntijatietoa mikä linkittyy ihmisten arkielämään terveyttä edistävänä tietona. Toisaalta sosiaalisessa mediassa esitetään myös valheellista tietoa, minkä vuoksi sosiaalisessa mediassa olisi tärkeää lisätä ammattilaisia ohjaamaan keskustelua luotettavan tiedon suuntaan (Matikainen & Huovila 2017.)

Lähteet

Aalto, Sari 2019. Miten tulla kuuluisaksi TikTokissa. <<https://www.youtube.com/watch?v=9GfgV6gJqy0>> Viitattu 20.8.2022.

Ahonen, Marika & Iloranta, Riina 2021. Palvelumuotoilun työkaluja ja menetelmiä arkeen. Helsinki: Uudenmaan liitto. <<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/502561/sun-3amk-palvelumuotoiluopas.pdf>> Viitattu 25.10.2022.:16.

Airaksinen, Tiina & Vilkkä, Hanna 2003a. Toiminnallinen opinnäytetyö. Ohjaajan opas. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Luku 3 Ohjausprosessi, tietoperusta ja viitekehys.

Airaksinen, Tiina & Vilkkä, Hanna 2003b. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä. Kustannusosakeyhtiö Tammi. 56–58, 154–156.

Arene ry 2020. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry. <<https://www.arene.fi/julkaisut/raportit/opinnaytetoiden-eettiset-suositukset/>> Viitattu 28.2.2022.

Argyris, Young Anna & Monu, Kafui 2015. Department of Media and Information, School of Communication Arts and Sciences, Michigan State University, East Lansing, Michigan, USA 2Computer Information Systems, College of Business Administration, Savannah State University, Savannah, Georgia, USA <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10919392.2015.1033940?journalCode=hoce20>>: 156.

Autti-Rämö, Ilona & Mikkelsson, Marja & Lappalainen, Tiina & Leino, Eeva 2016. Kuntoutuminen. Kuntoutumisen käynnistyminen erilaisissa tilanteissa. E-aineisto. Kustannus Oy Duodecim.

Avoin data 2021. Tietoaaineistot. Sosiaali- ja terveydenhuollon ammattihenkilöt. <<https://www.avoindata.fi/data/fi/dataset/sosiaali-ja-terveydenhuollon-ammattihenkilot>> Viitattu 2.4.2022.

ebrand 2022. SoMe ja nuoret 2022. Katsaus nuorten sosiaalisen median käytöstä. <<https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2022/tiivistelma/>> Viitattu 25.9.2022.

Folcan 2022. Sosiaalisen median markkinointi. <<https://www.folcan.fi/sosiaalisen-media-markkinointi/>> Viitattu 18.2.2022.

GeyserLast, Werner 2022. Influencer MarketingHub.TikTok Statistics – 63 TikTok stats you need to know. <<https://influencermarketinghub.com/tiktok-stats/>> Viitattu 8.4.2022.

Hakala, Juha T. 2004. Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. Gaudeamus Kirja Oy Yliopistokustannus University Press Finland Ltd. :25, 28–29.

Heikkilä, Asta & Jokinen, Pirkko & Nurmela, Tiina 2008. Tutkiva kehittäminen. Avaimia tutkimus- ja kehittämishankkeisiin terveysalalla. Helsinki. WSOY oppimateriaalit. 1 painos. :61.

Hietanen, Lauri 2021. Helsingin yliopisto. Suomalainen tiedeakatemia. Sosiaalinen media on vuorovaikutuksia tukeva ympäristö. <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/329232/Some_on_vuorovaikutusta_tukeva_ymparisto_Ilmiokartta_Sofi_2021_Hietajarvi_Matikainen.pdf?sequence=1> Viitattu 7.9.2022.

Huttunen, Kaisa & Komulainen, Pia 2020. Sosiaalinen media markkinoinnissa. <<https://www.zoner.fi/digitaalinen-markkinointi/sosiaalinen-media/>> Viitattu 21.10.2022

Hänninen, Sami 2020. Etelä- Karjalan Hallitus partnerit ry. Miksi kyselytutkimus tehdään. < <https://hallituspartnerit.fi/miksi-kyselytutkimuksia-tehdään/> > Viitattu 31.10.2022.

Julin, Jannika 2020. Kaikki, mitä pitää tietää TikTokin algoritmista, jotta voit maksimoida näkyvyytesi For You -sivulla! <<https://www.youtube.com/watch?v=ugsy6-fVSQQ>>Viitattu 31.8.2022.

Julin, Jannika & Valjakka, Julius 2021. Puhutaan videosta. Lyhytvideot somessa. <<https://www.youtube.com/watch?v=6fRYFS01zD4>> Viitattu 30.9.2022.

Jyväskylän Yliopisto 2016. Koppa. Kyselyt. < <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/kyselyt> > Viitattu 11.11.2022.

Jyväskylän Yliopisto 2010. Koppa. Tyypittely ja luokittelu. <<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/ongelmanasettelu/tyypittely-ja-luokittelu>> Viitattu 11.9.2022.

Kohvakka, Rauli & Saarenmaa, Kaisa 2021. Tilastokeskus. Tietotrendit. <<https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2021/median-merkitys-on-kasvanut-pandemian-aikana-monet-ikaihmiset-ovat-ottaneet-melkoisen-digiloikan/>> Viitattu 19.4.2022.

Koivumäki, Elina 2016. Osaatko käyttää kuvia juridisesti oikein sosiaalisessa mediassa? < <https://kuvasto.fi/2016/12/osaatko-kayttaa-kuvia-juridisesti-oikein-sosiaalisessa-mediassa/>> Viitattu 10.11.2022.

Kortesuo, Katleena 2018 Sano se someksi (1+2=3). Sosiaalisen median suuri laskuoppi. Helsingin seudun kauppakamari. 1 painos.19–20, 29–30, 38.

KvantiMOTV 2010. Menetelmätietovaranto. Kyselylomakkeen laatiminen. <<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>> Viitattu 11.9.2022.

Kvarnström, Anna & Niskanen, Aino & Pulkkinen, Santeri & Viita, Anssi 2018. Jalkaterapiablogi. Opinnäytetyö Metropolia Ammattikorkeakoulu. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/157530/Kvarnstrom_Niskanen_Pulkkinen_Viita.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Viitattu 10.11.2022.

Laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä (559/1994) §15, §18. Annettu Helsingissä 28.6.1994. <<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19940559#L3P15>> Viitattu 19.10.2022.

Lehtonen, Ninja & Salminen, Leena & Stolt, Minna 2010. Turun yliopisto. Hoitotieteen laitoksen julkaisuja. Tutkimuksia ja raportteja. Sosiaalinen media ja terveystieteen koulutus. :11.

Liukkonen, Irmeli & Saarikoski, Riitta 2004. Jalat ja terveys. Jalkaterapeuttikoulutus. Teoksessa Ahonen, Jarmo & Joensuu, Jyrki & Kantola, Matti & Kruus-Niemelä, Maria & Kukkonen, Sirkka & Luther, Michael & Nissen, Michael & Orava, Sakari & Salonen, Into & Valvanne, Jaakko & Virrantaus, Otso. Kustannus Oy Duodecim 1 painos. 22–23, 25.

Manninen, Henna 2022. Otavamedia. Mainostajan ratkaisut. Vaikuttajamarkkinointi. <<https://yrityksille.otavamedia.fi/mainostajan-ratkaisut/vaikuttajamarkkinointi/>> Viitattu 26.10.2022

Matikainen, Janne 2010. Media & viestintä. Perinteinen ja sosiaalinen media- käyttö ja luottamus: 55. <<https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/62937>> Viitattu 24.2.2022.

Matikainen, Janne & Huovila, Janne 2017. Duodecim. Sosiaalinen media terveydenedistämässä < <https://www.duodecimlehti.fi/duo13732>> Viitattu 26.8.2022.

Metropolia 2020. Jalkaterapia AMK päiväopiskelu. <<https://www.metropolia.fi/fi/opiskelu-metropolia-ammattikorkeakoulu/amk-tutkinnot/jalkaterapia>> Viitattu 24.2.2022.

Metropolia 2022. Uutiset. Metropolian oppimis- ja kehittämissympäristöt kiinnostavat maailmanlaajuisesti. < <https://www.metropolia.fi/fi/metropolia-ajankohtaista/uutiset/metropolian-oppimis-ja-kehittamisymparistot-kiinnostavat-maailmanlaajuisesti> > Viitattu 4.11.2022.

Metropolia liikelaboratorio. < <https://www.metropolia.fi/fi/asiakastyot-ja-palvelut/metropolia-proof-health-testaus-ja-tutkimuspalvelut/liikelaboratorio>> Viitattu 16.10.2022.

Metropolia opetussuunnitelma. Jalkaterapian tutkinto-ohjelma. < <https://opinto-opas.metropolia.fi/88094/fi/108/70306/3067>> Viitattu 22.10.2022.

Metropolia, opetussuunnitelman kuvaus. Jalkaterapian tutkinto-ohjelma. < <https://opinto-opas.metropolia.fi/88094/fi/108/70306/3067>> Viitattu 22.10.2022.

Mohsin, Maryam 2022/7 Oberlo. 10 TikTok statistics that you need to know. < <https://www.oberlo.co.uk/blog/tiktok-statistics>> Viitattu 31.8.2022.

Mustonen, Selma 2022. < https://www.avidlyagency.com/fi/asiantuntijasisallot/sometrendit-2022?utm_term=&utm_campaign=Palvelut&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_tgt=dsa-1637844134355&hsa_grp=137812742803&hsa_src=g&hsa_net=adwords&hsa_mt=&hsa_ver=3&hsa_ad=606614732351&hsa_acc=1163791941&hsa_kw>

=&hsa_cam=10055044711&gclid=CjwKCAjwvNaYBhA3EiwACgnd-gisogpyN12ZOUBFXKIKM5vrFQrm-2Z9uMxC0Ex4YotD2-58UnypmJBoC-MucQAvD_BwE> Viitattu 5.9.2022.

Nettielama 2022. Sosiaalisen median vaarat. <<http://www.nettielamaa.com/sosiaalisen-median-vaarat/#>> Viitattu 7.9.2022.

Opetushallitus 2021. Korkeakoulujen hakeneet, valitut ja paikan vastaanottaneet. Päivittyvä raportti. < https://vipunen.fi/fi-fi/_layouts/15/xlviewer.aspx?id=/fi-fi/Raportit/Haku%20ja%20valinta%20-%20korkeakoulu%20%20-%20live.xlsb> Viitattu 18.2.2022.

Opintopolku. Jalkaterapeutti AMK <<https://opintopolku.fi/konfo/fi/koulutus/1.2.246.562.13.00000000000000000226?kpage=1&opage=1&order=desc&selectedTab=koulutus&size=20&sort=score>> Viitattu 19.4.2022.

Pasanen, Sanna 2020. Toiminnallinen opinnäytetyö video. <<https://www.youtube.com/watch?v=FT1ovf5kn1Q>> Viitattu 28.2.2022.

Pitkänen, Ella & Saarenmaa, Kaisa 2021. Tilastokeskus. Tieto & trendit. Asiantuntija artikkelit. Mobiiliteknologia mullisti lasten arjen - nettiin ei mennä vaan siellä ollaan. <<https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2021/mobiiliteknologia-mullisti-lasten-arjen-nettiin-ei-menna-vaan-siella-ollaan/>> Viitattu 24.2.2022.

Pohjankettu, Joni 2022. Tehosta myyntiä selitysvideolla. Opas selitysvideoiden hyödyntämiseen myyntiputkessa. E-kirja. Tampere: Videotiiviste Oy. Luku 2, 2.1

Rauramo, Päivi & Haavasoja, Tuula & Kiiskinen, Janne & Kuivalainen, Mikko & Lehtoranta, Tanja 2022. Työturvallisuuskeskus. Sosiaalisen median käyttö, työsuojelunäkökulma. <<https://ttk.fi/julkaisu/sosiaalisen-median-tyokaytto-tyosuojelunakokulma/#e87924ef>> Viitattu 25.9.2022.

Rönnberg, Mette 2022. Kubo. 5 tapaa menestyä TikTokissa. <<https://www.kubo.fi/5-tapaa-menestya-tiktokissa/>> Viitattu 19.10.2022.

Saavutettavasti 2022. Verkkosisältöjen saavutettavuus. Selkeä kieli. < <https://www.saa-vutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/selkea-kieli/>> Viitattu 24.10.2022.

Saarikoski, Riitta & Stolt, Minna 2016. Jalkaterveys. Jalkaterapeutti: Asiantuntemus ja työskentely. Kustannus Oy Duodecim. < https://www.oppi-portti.fi/op/jtr00246/do?p_haku=Jalkaterapeutti#q=Jalkaterapeutti> Viitattu 18.2.2022.

Saarikoski, Riitta & Stolt, Minna 2022. Jalkaterveys. Jalkaterapeutti: Asiantuntemus ja työskentely. Kustannus Oy Duodecim. < https://www.oppi-portti.fi/op/jtr00246/do?p_haku=jalkaterapeutti#q=jalkaterapeutti> Viitattu 11.11.2022.

Salonen, Kari 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön. <<https://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>> Viitattu 28.2.2022.

Salonen, Kari & Eloranta, Sini & Hautala, Tiina & Kinos, Sirppa 2017. Kehittämistoiminta ja kehittämisen menetelmiä ammatillisessa korkeakoulutuksessa. Tampere. Suomen yliopistopaino Oy <<http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522166494.pdf>> :51, 56–66.

Sanastokeskus TSK. 2010. Sosiaalisen median sanasto :13 <http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf> Viitattu 24.2.2022.

Saresma, Tuija & Pöyhtäri, Reeta & Knuutila, Alekski & Kosonen, Heidi & Juutinen, Marko & Haara, Paula & Tulonen, Urho & Nikunen, Kaarina & Rauta, Jenita 2022. Verkkoviha. Vihapuheen tuottajien ja levittäjien verkostot, toimintamuodot ja motiivit. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2022 (48). <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164244/VNTEAS_2022_48.pdf?sequence=1&isAllowed=y> :53> Viitattu 15.10.2022.

Sarikka, Laura 2022. Folcan. Kuinka tehdä hyvä Tiktok-video-kerää vinkkimme ja onnistu! <<https://folcan.fi/kuinka-tehda-hyva-tiktok-video-keraa-vinkkimme-ja-onnistu/>> Viitattu 31.10.2022.

Siltanen, Samu 2018. Yle. Tiedeblogi. Algoritmi toimii, kun kakkuresepti- miksi se pelottaa niin paljon? <<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/06/08/algoritmi-toimii-kuin-anopin-kakkuresepti-miksi-se-sitten-pelottaa-niin-paljon>> Viitattu 23.10.2022.

Soldeman 2022. Nopeaa ja luotettavaa asiantuntija apua myynnin avuksi! <<https://www.soldeman.fi>> Viitattu 6.11.2022.

Stadin AO. Opiskelijatyöt ja palvelut. Parturikampaamo- ja kosmetologipalvelut. <<https://stadinao.fi/opiskelijatyot-ja-palvelut/parturi-kampaamo-ja-kosmetologipalvelut/hinnasto-malmin-hohde/>> Viitattu 28.10.2022.

Tahkola, Valtteri 2022. Gosome. Orgaaniset julkaisut vs mainokset somessa. <<https://gosome.fi/blogi/orgaaniset-julkaisut-vs-mainokset-somessa>> Viitattu 8.9.2022.

Talvi, Aurora 2021. Generaxion. Havantoja. TikToK- mainonta tulee kasvamaan räjähdysmäisesti- hyödynnä mahdollisuudet yrityksesi markkinoinnissa. <<https://www.generaxion.com/fi/tiktok-mainonta-tulee-kasvamaan-rajahdysmaisesti-hyodynnna-mahdollisuudet-yrityksesi-markkinoinnissa/>> Viitattu 20.10.2022.

Three Voices Media 2018. Viisi syytä miksi yrityksen näkyvyydellä on merkitystä. <<https://www.threevoicesmedia.com/fi/blog/viisi-syyta-miksi-yrityksen-nakyvyydella-merkitysta>> Viitattu 31.8.2022.

Toikko, Timo & Rantanen, Teemu 2009. Tampereen yliopisto. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100802/Toikko_Rantanen_Tutkimuksellinen_kehittamistoiminta.pdf> Viitattu 7.11.2022.

Turunen, Hannele & Härkänen, Marja 2016. Sosiaalinen media osana tiedeyhteisöä. Hoitotiede 28 (1). 1–2.

Ukko 2022. Yrittäjyyskoulu. Somemarkkinoinnin perusteet. <<https://www.ukko.fi/yrittajyyskoulu/somemarkkinoinnin-perusteet/>> Viitattu 18.2.2022.

Vainikainen, Kalle 2022. Hyvä TikTok-video: Millainen sisältö toimii TikTokissa ja mikä ei? < <https://www.dingle.fi/blog/hyv-tiktok-video-millainen-sislt-toimii-tiktokissa-ja-mik-ei> > Viitattu 2.11.2022.

Valjakka, Julius 2021. Lyhytvideot kilpailun keskellä. Blogi< <https://www.aito.video/blogi/tiktok-vs-instagram-reels-vs-youtube-shorts-lyhytvideot-kilpailun-keskella/>> Viitattu 25.10.2022.

Valjakka, Julius 2022. TikTok yrityksille. Editointi puhelimella: 12 suosikkia CapCut-sovelluksessa. <<https://aito.video/tiktok-yrityksille/>> Viitattu 25.10.2022.

VALVIRA 2021. Sosiaali- ja terveydenhuollon ammattihenkilörekisterit. <https://www.valvira.fi/valvira/rekisterit/terveydenhuollon_ammattihenkilot> Viitattu 2.4.2022.

Weckström, Vanessa 2019, Mitä on TikTok, ja mitä jokaisen tulisi tietää siitä? < <https://www.indieplace.fi/mika-on-tiktok/> > Viitattu 23.10.2022.

Williams, Alison 2022. Toimittanut Lezahne, Nel. Marketsplash. 13 Todistettua Tapaa Saada Enemmän TikTok- Seuraajia Vuonna 2022. < <https://marketsplash.com/fi/tiktok-seuraaja/#link7> > Viitattu 24.10.2022.

Kysely jalkaterapiasta

Kiitos, jos vastaat kyselyymme. Kyselyyn vastaaminen kestää muutamia minuutteja. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa jalkaterapian tunnettavuutta sekä TikTok-sovelluksen käyttöä. Kysely on osa opinnäytetyötämme.

Onko jalkaterapia alana sinulle tuttu?

*

Ei, en tunne ollenkaan

Jonkin verran

Tiedän/tunnen hyvin

Mitä luulet, että jalkaterapeutti tekee työssään?

Jalkaterapeutin työtehtäviä mielestäni ovat...

*

Diabeetikon jalkaterveyden hoito

Yksilöllisten harjoiteohjelmien laatiminen

Geelikynsien valmistus

Jalkojen esteettiset hoidot

Vaivaisenluun ennaltaehkäisy ja hoito

Lääkkeiden määrääminen

Hieronta ja faskia käsittelyt

Jalkojen raspaus

Kokonaisvaltainen hyvinvoinnin edistäminen

Kirurgiset operaatiot

Ohjata sopivien kenkien valinnassa

Alaraajojen karvanpoistot laserilla

Alaraajojen lihasvoiman testaaminen

Alaraajojen nivelten liikkuvuuden tutkiminen

Jalkaterapeutin koulutus on...

*

Ammattikoulututkinto

Ammattikorkeakoulututkinto

Ylempi ammattikorkeakoulututkinto

Yliopistotutkinto

Voisitko harkita jalkaterapeutiksi kouluttautumista?

*

Kyllä, ala on mielenkiintoinen

Ehkä, voisin harkita

Ei, en ole kiinnostunut

Ei, en tunne alaa tarpeeksi

Käytätkö TikTok-sovellusta?

*

Tosi paljon

Paljon

Jonkin verran

En ollenkaan

Jos käytät TikTok-sovellusta, haluatko, että sisältö on...

*

Viihdettä

Tietoa

Viihdettä ja tietoa

Muu...

Mistä seuraavista aiheista voisit olla kiinnostunut? Valitse kolme kiinnostavinta.

*

Alaraajojen lihasten voimistavat harjoitteet

Iho- ja kynsimuutosten hoito

Sopivien kenkien valinta

Jalkaterapeutin koulutus

Pohjallisten valmistus

Alaraajavammojen kuntoutus

Varpaiden virheasentojen ennaltaehkäisy ja hoito

Juoksun/kävelyn askelanalyysit

Metropolian Myllypuron kampuksen esittely

Muu...