



Peran Media Sosial sebagai Sarana Diseminasi Informasi Program Pemberdayaan Ekonomi Bakrie Center Foundation

Devi Amalia Putri^{1*}, Nadhira Oktriviana², Ahmadhio Annuri Pratama³

¹⁻³Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Email : deviaptirii001@gmail.com^{1*}, NadhiraOktriviana03@gmail.com², dhioprata35@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: deviaptirii001@gmail.com

Abstract. Socio-economic challenges faced by tuberculosis (TB) survivors in Indonesia remain substantial, particularly stigma that restricts employment opportunities and hinders social reintegration. This community service program aimed to strengthen the economic capacity of TB survivors through a community-based empowerment approach and health information dissemination via social media. The program involved a TB survivor community in the partner area of the Lampung Sehat Initiative. A participatory method was applied through entrepreneurship training, digital content production assistance, and the distribution of health education materials using Instagram, TikTok, and YouTube. The results indicate that social media was effective not only as a platform for health education but also as a promotional tool for participants' micro-business products. In addition to improving public literacy regarding TB, social media contributed to stigma reduction by delivering positive narratives and reinforcing the collective identity of the survivor community. The program also encouraged behavioral change, supported the emergence of local leadership, and expanded participants' social and economic networks. These findings suggest that integrating social media into community-based empowerment initiatives can serve as a social transformation strategy that enhances the sustainability of economic development and social support for TB survivors.

Keywords: Community Empowerment; Digital Communication; Information Dissemination; Social Media; TB Survivors.

Abstrak. Permasalahan sosial ekonomi yang dialami penyintas Tuberkulosis (TBC) di Indonesia masih menjadi tantangan, terutama stigma yang menghambat akses kerja dan reintegrasi sosial. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas ekonomi penyintas TBC melalui program pemberdayaan berbasis komunitas serta diseminasi informasi kesehatan melalui media sosial. Subjek kegiatan adalah komunitas penyintas TBC pada wilayah mitra Inisiatif Lampung Sehat (ILS). Metode yang digunakan berupa pendekatan partisipatif melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan produksi konten digital, dan distribusi informasi edukatif berbasis platform Instagram, TikTok, dan YouTube. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial efektif sebagai sarana edukasi kesehatan sekaligus media promosi produk usaha mikro yang dijalankan peserta. Selain meningkatkan literasi masyarakat terkait TBC, kegiatan ini turut berkontribusi pada pengurangan stigma melalui narasi positif dan penguatan identitas komunitas penyintas. Program juga mendorong perubahan perilaku peserta, munculnya inisiatif dan kepemimpinan lokal, serta memperluas jejaring sosial dan peluang ekonomi. Temuan ini mengindikasikan bahwa integrasi media sosial dalam program pemberdayaan berbasis komunitas dapat menjadi strategi transformasi sosial yang memperkuat keberlanjutan peningkatan ekonomi dan dukungan sosial bagi penyintas TBC.

Kata kunci: Diseminasi Informasi; Komunikasi Digital; Media Sosial; Pemberdayaan Komunitas; Penyintas TBC.

1. LATAR BELAKANG

Tuberkulosis (TBC) masih menjadi masalah kesehatan publik yang kompleks di Indonesia. Berdasarkan data Global TB Report 2022, Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara dengan beban TBC tertinggi di dunia setelah India, dengan estimasi 969.000 kasus (WHO, 2022). Permasalahan TBC tidak hanya terbatas pada aspek medis, tetapi juga meluas ke ranah sosial dan ekonomi. Selain berdampak pada kesehatan fisik, TBC berkaitan erat dengan stigma sosial, marginalisasi, serta keterbatasan akses terhadap sumber daya

ekonomi. Stigma terhadap penyakit menular sering membentuk persepsi negatif masyarakat yang berujung pada eksklusi sosial penyintas (Setiadi & Kolip, 2015)

Masalah ini menjadi lebih kritis ketika penyintas TBC hidup di lingkungan dengan tingkat ekonomi rendah, akses informasi yang terbatas, dan dukungan sosial yang minim. Di wilayah dampingan salah satu mitra Bakrie Center Foundation (BCF) seperti di komunitas mitra Inisiatif Lampung Sehat (ILS) di Provinsi Lampung kondisi tersebut sangat nyata. Banyak penyintas yang kesulitan mengakses informasi yang benar tentang penyakit mereka, sekaligus terhambat dalam proses reintegrasi sosial maupun ekonomi pascapengobatan. Kondisi ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang bersifat *holistic*, tidak hanya pengobatan medis, tetapi juga dukungan pemberdayaan ekonomi dan penyebaran informasi yang tepat kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, penanggulangan TBC perlu dilakukan secara komprehensif dengan mengintegrasikan aspek kesehatan, sosial, dan ekonomi (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021; World Health Organization, 2020).

Sebagai respons terhadap persoalan tersebut, Bakrie Center Foundation bersama mahasiswa berbagai universitas mitra Bakrie Center Foundation merancang dan melaksanakan program pemberdayaan ekonomi bagi penyintas TBC berbasis komunitas, yang terintegrasi dengan strategi diseminasi informasi melalui media sosial. Program ini bertujuan tidak hanya untuk memberikan keterampilan usaha kecil dan pelatihan kewirausahaan, tetapi juga untuk membangun pemahaman publik yang lebih baik terhadap isu TBC serta mengikis stigma yang menghambat proses pemulihan sosial penyintas.

Dalam konteks inilah, media sosial menjadi instrumen penting. Media sosial bukan lagi sekadar sarana komunikasi personal, melainkan telah berkembang menjadi kanal strategis dalam komunikasi publik dan perubahan sosial. Media sosial menciptakan ruang partisipatif di mana informasi dapat disebarkan secara cepat, visual, dan melibatkan banyak pihak dalam waktu bersamaan. Media sosial juga memungkinkan pesan edukatif menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, terutama generasi muda yang menjadi pengguna aktif platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube (Robi'ah, 2020).

Penggunaan media sosial dalam program ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga partisipatif dan transformasional. Penyintas TBC dilibatkan secara langsung dalam proses produksi konten mulai dari testimoni video, pembuatan poster edukatif, hingga distribusi pesan melalui kanal komunitas. Dengan demikian, media sosial berfungsi ganda sebagai alat diseminasi informasi kesehatan, dan sekaligus sebagai sarana pemberdayaan komunitas melalui penguatan identitas dan partisipasi digital.

Selain itu, strategi perencanaan program disusun menggunakan pendekatan komunikasi strategis. Dalam teori komunikasi pembangunan, perencanaan komunikasi menjadi kunci dalam menentukan keberhasilan program sosial, karena menyatukan antara kebutuhan masyarakat, tujuan lembaga, serta pola komunikasi yang sesuai dengan budaya local (Muhammad Fikri Akbar, 2019). Melalui pemetaan masalah, penyusunan konten berbasis riset, dan distribusi media yang tepat sasaran, media sosial mampu menjadi saluran yang efektif dalam mendukung keberhasilan program pemberdayaan ekonomi.

Program ini menjadi contoh konkret bagaimana komunikasi digital dapat disinergikan dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Tidak hanya memberikan manfaat ekonomi secara langsung kepada penyintas, tetapi juga membuka ruang dialog publik untuk mengubah persepsi terhadap TBC. Dengan landasan ini, maka penting untuk melihat lebih jauh bagaimana peran media sosial dalam mendukung diseminasi informasi program pemberdayaan ekonomi yang dijalankan oleh Bakrie Center Foundation, serta bagaimana pendekatan komunikasi ini dapat direplikasi dalam konteks lain yang serupa.

2. KAJIAN TEORITIS

Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Publik

Media sosial telah menjadi bagian integral dalam komunikasi publik modern. Dalam konteks pembangunan masyarakat dan isu-isu sosial, media sosial berperan penting dalam mendiseminasikan informasi, membentuk opini publik, serta membangun interaksi antara institusi dan masyarakat (Zuniananta, 2021). Media sosial sebagai bagian dari media baru memiliki karakteristik interaktif, partisipatif, dan berbasis jaringan. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten buatan pengguna. Dalam perspektif komunikasi publik, media sosial memperluas ruang dialog dan partisipasi sosial dibandingkan media massa konvensional (McQuail, 2010).

Media sosial merupakan medium yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara cepat dan luas, sehingga membuka ruang partisipasi dan kolaborasi yang lebih tinggi dibandingkan media konvensional. Dalam konteks kesehatan, media sosial telah digunakan secara efektif untuk kampanye kesadaran, promosi gaya hidup sehat, hingga edukasi penyakit menular seperti HIV, COVID-19, dan TBC. Pada Penelitian (Fahmi Baiquni, 2025) menunjukkan bahwa media sosial mampu memfasilitasi hubungan interaktif antara institusi kesehatan dan masyarakat, termasuk dalam proses edukasi dan pengurangan stigma terhadap penyakit tertentu.

Periklanan Social dan Komunikasi Kesehatan

Periklanan sosial adalah bentuk komunikasi yang dirancang untuk memengaruhi perilaku sosial guna mencapai kepentingan publik. Kotler dan Lee (2008) menjelaskan bahwa periklanan sosial tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi dan memotivasi perubahan perilaku masyarakat. Dalam konteks TBC, pendekatan ini sangat relevan mengingat masih kuatnya stigma dan kurangnya literasi kesehatan masyarakat. Periklanan sosial biasanya menggunakan strategi komunikasi persuasif dengan narasi yang membangun empati, testimoni personal, serta penggunaan visual yang kuat untuk menggugah perhatian khalayak. Dalam pengabdian ini, strategi periklanan sosial diimplementasikan melalui konten edukatif berbasis media sosial seperti video, poster, dan infografik yang menggambarkan pentingnya dukungan terhadap penyintas TBC dan kesadaran kolektif untuk menghapus stigma.

Perencanaan Program Komunikasi Strategis

Setiap program komunikasi perlu dirancang melalui proses perencanaan yang sistematis agar mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif. Perencanaan komunikasi strategis mencakup analisis situasi, penetapan tujuan, pemetaan khalayak, penentuan pesan dan media, hingga evaluasi hasil. Dalam kegiatan pengabdian ini, proses perencanaan dilakukan mulai dari asesmen kebutuhan masyarakat, penyusunan konten komunikasi berbasis temuan lapangan, pemilihan media sosial sebagai saluran utama, hingga pemantauan efektivitas pesan. Pendekatan ini memungkinkan program tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dan responsif terhadap konteks sosial di lapangan.

Dalam komunikasi pembangunan, keberhasilan program sosial sangat dipengaruhi oleh proses difusi inovasi dan perubahan perilaku yang terencana melalui saluran komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat sasaran (Rogers, 2003; Sulaiman & Nugroho, 2018).

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pemberdayaan ekonomi ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan komunitas penyintas Tuberkulosis (TBC) sebagai subjek utama sekaligus mitra dampingan dalam seluruh rangkaian kegiatan. Subjek pengabdian adalah komunitas penyintas TBC di wilayah mitra Inisiatif Lampung Sehat (ILS), Provinsi Lampung, yang berada dalam dampingan Bakrie Center Foundation (BCF). Lokasi kegiatan meliputi area komunitas dampingan ILS serta ruang digital melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Metode pelaksanaan dibagi dalam tiga tahapan utama, yaitu pra pelaksanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, dengan menekankan proses perencanaan bersama,

pengorganisasian komunitas, serta penguatan kapasitas ekonomi dan komunikasi digital secara berkelanjutan.

Pra Pelaksanaan

Tahap pra pelaksanaan dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra dan merancang program yang sesuai dengan kondisi sosial ekonomi serta tantangan yang dihadapi penyintas. Kegiatan diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana (Bakrie Center Foundation dan mahasiswa universitas mitra BCF) dengan pengurus komunitas ILS. Selanjutnya dilakukan pemetaan masalah melalui diskusi kelompok dan observasi lapangan untuk mengidentifikasi hambatan utama, seperti stigma sosial, keterbatasan akses informasi kesehatan, serta kebutuhan peningkatan kapasitas ekonomi. Pada tahap ini, subjek dampingan dilibatkan dalam proses pengorganisasian kegiatan melalui penyusunan jadwal, pembagian peran, serta penentuan bentuk pelatihan yang dibutuhkan. Hasil pemetaan digunakan sebagai dasar penyusunan rencana kegiatan, termasuk perencanaan materi pelatihan kewirausahaan, strategi produksi konten digital, dan konsep diseminasi informasi di media sosial.

Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan pemberdayaan yang dilakukan melalui kombinasi pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung. Pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan kewirausahaan dan pengembangan usaha mikro untuk meningkatkan kapasitas ekonomi penyintas, serta pelatihan komunikasi digital untuk mendukung diseminasi informasi dan promosi produk melalui media sosial. Dalam proses ini, komunitas penyintas tidak hanya menjadi peserta, tetapi juga dilibatkan sebagai aktor utama dalam produksi konten digital seperti pembuatan poster edukatif, video testimoni, dokumentasi kegiatan, dan konten promosi usaha mikro. Diseminasi informasi dilakukan melalui unggahan terjadwal di Instagram, TikTok, dan YouTube, yang berisi pesan edukasi terkait TBC, penguatan narasi positif penyintas, serta promosi produk komunitas. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan konsistensi produksi konten, penguatan keterampilan digital, dan pemantauan perkembangan usaha mikro yang dijalankan peserta.

Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur ketercapaian tujuan program dan perubahan yang terjadi pada peserta maupun masyarakat. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap partisipasi komunitas, dokumentasi kegiatan, serta penilaian terhadap kualitas dan jangkauan konten media sosial yang diproduksi. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui diskusi reflektif bersama komunitas untuk menilai manfaat pelatihan, perubahan perilaku, munculnya inisiatif atau kepemimpinan lokal, serta perluasan jaringan sosial ekonomi. Hasil evaluasi

menjadi dasar perbaikan program, sekaligus memperkuat rekomendasi bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana edukasi kesehatan dan pemberdayaan ekonomi yang berdampak pada pengurangan stigma serta penguatan identitas komunitas penyintas..

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Bakrie Center Foundation (BCF) bersama mahasiswa universitas mitra Bakrie Center Foundation menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung diseminasi informasi program pemberdayaan ekonomi. Program ini ditujukan kepada komunitas penyintas Tuberkulosis (TBC) di wilayah dampingan mitra lokal, dengan fokus pada peningkatan kapasitas ekonomi dan transformasi sosial melalui edukasi publik berbasis media digital. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang mengintegrasikan pemberdayaan ekonomi penyintas TBC dan komunikasi strategis berbasis media sosial menunjukkan hasil yang signifikan dalam menjawab permasalahan sosial, ekonomi, dan komunikasi kesehatan yang dihadapi oleh komunitas dampingan. Kegiatan berlangsung selama tiga bulan dan terbagi dalam serangkaian pelatihan, pendampingan, serta produksi konten edukatif yang disebarluaskan melalui kanal digital.

Salah satu hasil utama dari program ini adalah terciptanya saluran komunikasi yang efektif antara komunitas, mitra pelaksana, dan masyarakat umum melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Melalui pelatihan yang diberikan, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam memproduksi konten digital, tetapi juga memahami bagaimana narasi personal mereka dapat menjadi alat edukasi dan pengubah persepsi publik terhadap TBC. Ini menjadi tonggak penting karena sebelumnya penyintas TBC umumnya mengalami pengucilan sosial akibat stigma yang melekat. Pemanfaatan media sosial dalam konteks ini menunjukkan bahwa ruang digital tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan identitas sosial, solidaritas komunitas, dan representasi positif penyintas TBC di ruang publik digital (Lupton, 2015).

Selama proses pelaksanaan, sejumlah konten edukatif berhasil diproduksi oleh komunitas dengan pendampingan tim pengabdian. Konten tersebut mencakup video testimoni penyintas, infografik seputar TBC, serta promosi produk usaha mikro yang dijalankan oleh peserta pelatihan. Berdasarkan data monitoring, akun media sosial komunitas mengalami peningkatan interaksi yang cukup signifikan.

Diseminasi informasi melalui media sosial ini tidak hanya berdampak pada peningkatan literasi kesehatan masyarakat, tetapi juga memperkuat posisi penyintas sebagai bagian dari

komunitas yang produktif. Muncul narasi baru di lingkungan dampingan, di mana penyintas TBC mulai dipandang sebagai individu yang berdaya dan inspiratif. Hal ini merupakan bentuk perubahan sosial yang diharapkan dari program yakni terbangunnya kesadaran kolektif untuk mendukung pemulihan tidak hanya dari sisi medis, tetapi juga dari sisi sosial dan ekonomi.

Dari sisi pemberdayaan ekonomi, peserta pelatihan berhasil merintis beberapa usaha mikro berbasis komunitas, seperti produksi makanan ringan, kerajinan tangan, dan jasa kreatif. Media sosial dimanfaatkan sebagai kanal promosi utama untuk produk-produk ini, sekaligus sebagai sarana memperkenalkan identitas komunitas penyintas secara positif. Beberapa peserta bahkan mulai mendapatkan pesanan produk melalui pesan langsung di media sosial, menandakan awal dari proses pemasaran digital yang mandiri (Stefani Anindita Waraningtyas, 2022). Selain perubahan perilaku dan ekonomi, program ini juga melahirkan pemimpin lokal di tingkat komunitas, yang secara aktif mengoordinasikan kegiatan usaha, mengelola akun media sosial, dan menjadi juru bicara komunitas dalam konten publik. Keterlibatan aktif ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang pemberdayaan yang mendorong partisipasi, kepemimpinan, dan solidaritas sosial.

Evaluasi dari program juga menunjukkan beberapa dinamika yang perlu dicermati. Salah satunya adalah kesenjangan literasi digital di kalangan peserta yang menyebabkan proses produksi konten berjalan lambat pada tahap awal. Namun, hambatan ini berhasil diatasi melalui pendampingan intensif dan penggunaan aplikasi yang mudah diakses. Selain itu, keberhasilan jangka panjang dari strategi media sosial ini sangat bergantung pada keberlanjutan pengelolaan akun dan produksi konten yang konsisten, sehingga perlu penguatan kelembagaan di komunitas. Jika dibandingkan dengan kegiatan pemberdayaan ekonomi konvensional yang tidak menggunakan pendekatan komunikasi digital, program ini menawarkan keunggulan pada aspek jangkauan pesan dan dampak sosial yang lebih luas. Media sosial memungkinkan informasi tentang program dan produk komunitas menjangkau publik yang lebih besar, menciptakan ekosistem pendukung yang tidak terbatas pada wilayah geografis tertentu.

Dengan demikian, hasil dari kegiatan ini memperkuat pemahaman bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat bantu komunikasi, tetapi merupakan komponen integral dalam strategi pemberdayaan masyarakat. Peran media sosial dalam diseminasi informasi program pemberdayaan ekonomi yang dijalankan oleh Bakrie Center Foundation terbukti mampu mendorong transformasi sosial yang lebih luas: memperkuat kapasitas komunitas, mengubah persepsi masyarakat, dan membuka akses ekonomi yang inklusif bagi kelompok rentan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Bakrie Center Foundation bersama mahasiswa universitas mitra Bakrie Center Foundation telah membuktikan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung program pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas, khususnya pada kelompok rentan seperti penyintas TBC. Melalui pendekatan partisipatif, program ini berhasil membangun kapasitas individu dan kolektif komunitas dampingan, baik dalam aspek kewirausahaan maupun literasi digital. Produksi dan distribusi konten edukatif oleh para penyintas secara langsung menjadi bentuk nyata dari transformasi peran mereka dari objek bantuan menjadi subjek perubahan. Media sosial terbukti tidak hanya sebagai alat komunikasi satu arah, tetapi sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan narasi alternatif tentang TBC dan penyintasnya disuarakan secara luas.

Keberhasilan program tercermin dari peningkatan keterampilan peserta, peningkatan interaksi digital, serta munculnya pemimpin lokal yang aktif dalam produksi dan manajemen konten. Selain itu, terdapat dampak ekonomi langsung berupa promosi produk dan pembentukan jaringan usaha berbasis komunitas. Secara teoritis, kegiatan ini memperkuat argumen dalam kajian komunikasi pembangunan bahwa media sosial dapat menjadi medium transformasional ketika dimanfaatkan secara strategis, terencana, dan berbasis kebutuhan lokal. Untuk pengabdian selanjutnya, direkomendasikan adanya penguatan kelembagaan komunitas agar pengelolaan media sosial dapat berkelanjutan, serta perluasan jejaring kemitraan dengan sektor publik maupun swasta guna mendukung pemasaran produk dan advokasi kebijakan berbasis komunitas. Pendekatan serupa juga dapat direplikasi pada komunitas marginal lainnya dengan adaptasi kontekstual, sehingga media sosial dapat terus dimaksimalkan sebagai sarana pemberdayaan dan perubahan sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur yang telah memberikan dukungan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dukungan berupa arahan, bantuan teknis, serta fasilitas yang diberikan sangat berarti dalam kelancaran penyusunan dan penyelesaian penelitian ini. Selain itu, penulis juga menghargai kontribusi para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan data yang dibutuhkan. Tak lupa, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan motivasi dan semangat selama proses penelitian berlangsung. Semoga segala

bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang baik dan bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, M. F. (2019). Perencanaan komunikasi pembangunan dalam program pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 145–156.
- Baiquni, F. (2025). Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi kesehatan dan pengurangan stigma penyakit menular. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 3(1), 22–34.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Strategi nasional penanggulangan tuberculosis 2020–2024*. Kemenkes RI.
- Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Social marketing: Influencing behaviors for good* (3rd ed.). Sage Publications.
- Lupton, D. (2015). *Digital sociology*. Routledge. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2606467>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Robi'ah. (2020). Media sosial sebagai sarana komunikasi dan partisipasi generasi muda. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(1), 55–67.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2015). *Pengantar sosiologi: Pemahaman fakta dan gejala permasalahan sosial*. Kencana.
- Sulaiman, A., & Nugroho, Y. (2018). Komunikasi partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.16.2.286-296>
- Waraningtyas, S. A. (2022). Media sosial sebagai strategi pemasaran usaha mikro berbasis komunitas. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 101–112.
- World Health Organization. (2020). *Tuberculosis and stigma: Pathways and interventions*. World Health Organization.
- World Health Organization. (2022). *Global tuberculosis report 2022*. World Health Organization.
- Zuniananta. (2021). Peran media sosial dalam komunikasi publik dan pembangunan sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(1), 89–102.