



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @TUBERCULOSIS.TV SEBAGAI MEDIA EDUKASI BAGI SAHABAT TB

USE OF SOCIAL MEDIA @TUBERCULOSIS. TV AS AN EDUCATIONAL MEDIUM FOR TB FRIENDS

Bahtera Adi Sulaiman¹, Intan Leliana², Laurensia Retno Hariatiningsih³

^{1,2,3}Fakultas Komunikasi Dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika

Email: bahtera451@gmail.com^{1*}, intan.ila@bsi.ac.id², laurensia.lrs@bsi.ac.id³

Article Info

Article history :

Received : 12-10-2025

Revised : 13-10-2025

Accepted : 15-10-2025

Published : 17-10-2025

Abstract

The advancement of digital media has created new opportunities for disseminating health-related information. TikTok, with its short video format and algorithmic reach, has become a potential medium for health education, particularly in raising awareness about tuberculosis (TB). This study aims to analyze how the @tuberculosis.tv account utilizes TikTok as an educational platform for Sahabat TB, while also exploring its content strategies and evaluating audience responses. The research applies a qualitative approach through an intrinsic case study, guided by Lev Manovich's New Media theory which highlights five main principles: numerical representation, modularity, automation, variability, and transcoding. Data collection was conducted through in-depth interviews with account managers, content observation, user interactions, and documentation. The results show that @tuberculosis.tv maximizes TikTok features such as short videos, trending music, informative captions, live sessions, and direct interactions, combined with structured content planning verified by medical experts. The presentation of concise, visually appealing, and audience-relevant content successfully generated strong engagement (views, likes, comments), reinforcing the spread of TB-related health messages. These findings demonstrate that, when systematically managed and tailored to user needs, TikTok can function effectively as a health education medium for Sahabat TB

Keywords: *TikTok, health education, tuberculosis*

Abstrak

Perkembangan platform digital membuka peluang baru untuk penyebaran informasi kesehatan. TikTok yang menawarkan format video singkat dan jangkauan algoritma yang luas, menjadi salah satu medium yang potensial untuk memberikan edukasi mengenai tuberkulosis. Penelitian ini bertujuan menelaah bagaimana akun @tuberculosis.tv memanfaatkan *TikTok* sebagai sarana edukasi bagi Sahabat TB, mengidentifikasi strategi konten serta mengevaluasi respons *audiens*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus intrinsik. Kajian ini berlandaskan teori *New Media* dari **Lev Manovich** yang mencakup lima prinsip utama: representasi numerik, modularitas, otomatisasi, variabilitas, dan transkoding. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola akun, observasi konten, interaksi pada platform, serta dokumentasi pada publikasi konten. Analisis dilakukan secara tematik untuk menggali pola strategi dan dampak komunikatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa akun @tuberculosis.tv mampu mengoptimalkan fitur-fitur *TikTok* seperti video pendek, tren musik, caption informatif, sesi *live*, dan interaksi DM, serta menerapkan perencanaan konten yang melibatkan verifikasi medis. Penyajian yang ringkas, visual menarik, dan konten yang *relate* dengan kebutuhan audiens terbukti mendorong *engagement* yang tinggi (*views*, *likes*, komentar) serta memperkuat penyebaran pesan kesehatan yang mencerminkan keberhasilan akun ini sebagai media edukatif. Temuan



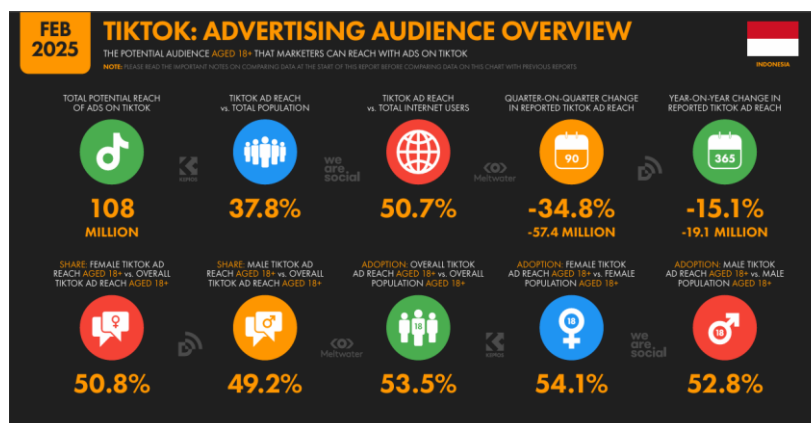
ini menegaskan bahwa jika dikelola secara terstruktur dan berbasis kebutuhan pengguna, *TikTok* mampu berfungsi efektif sebagai media edukasi kesehatan bagi Sahabat TB

Kata Kunci : *TikTok*, Edukasi Kesehatan, Tuberkulosis

PENDAHULUAN

TikTok hadir dengan format konten video pendek yang cepat, kreatif, dan mudah dipahami. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video berdurasi 15 detik hingga 10 menit, disertai dengan berbagai fitur menarik seperti filter, musik latar, teks animasi, dan efek visual yang mampu menarik perhatian dalam waktu singkat (Zeng et al., 2021).

Aplikasi TikTok atau yang dikenal dengan nama Douyin di Tiongkok, pertama kali diperkenalkan ke publik pada tahun 2016 oleh *Bytedance*, sebuah perusahaan teknologi asal Beijing. Platform ini memungkinkan para penggunanya untuk membuat serta membagikan konten video berdurasi pendek, yakni sekitar 15 detik. Melalui fitur seperti musik latar, filter visual, dan templat untuk sinkronisasi gerakan bibir, pengguna dapat mengekspresikan diri sekaligus berinteraksi dalam lingkungan digital. Sejak peluncurannya, TikTok berkembang pesat menjadi salah satu aplikasi video *mobile* terpopuler dan berhasil menarik perhatian jutaan orang dari berbagai belahan dunia (Bahiyah & Wang, 2020).



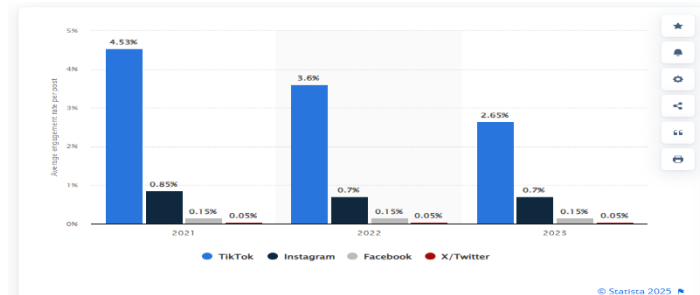
Sumber: *We Are Social & Meltwater*, 2025.

Gambar I. 1

Pengguna TikTok di Indonesia

Menurut laporan *Digital 2025: Indonesia* yang dirilis oleh *We Are Social & Meltwater*, pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai lebih dari 108 juta orang per Februari 2025, menjadikannya sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat (We Are Social & Meltwater, 2025).

Data dari *The Global Statistics* mencatat bahwa pada awal tahun 2025, jumlah pengguna TikTok di Indonesia yang berusia 18 tahun ke atas telah mencapai sekitar 108 juta orang. Temuan ini menegaskan posisi TikTok sebagai platform media sosial yang paling banyak diminati di Indonesia, melampaui sebagian besar pesaingnya dalam hal adopsi dan jangkauan pengguna (The Global Statistics, 2025).



Sumber: Statista, 2025.

Gambar I. 2
Engagement Rate TikTok

Hal ini diperkuat oleh laporan dari Statista yang mencatat bahwa TikTok memiliki tingkat keterlibatan (*engagement rate*) tertinggi selama 3 tahun berturut-turut pada tahun 2021 - 2023 dibandingkan media sosial lainnya seperti Instagram dan Facebook (Statista, 2024).

Hal ini menandakan keunggulan TikTok bukan hanya dari segi jangkauan saja, tetapi juga dari sisi keterlibatan pengguna. TikTok lebih aktif berinteraksi dengan konten, yang tentunya sangat potensial jika dimanfaatkan untuk kepentingan edukasi publik, termasuk edukasi kesehatan

TikTok memiliki keunggulan dalam komunikasi kesehatan karena memadukan elemen visual dan audio yang mampu meningkatkan daya tarik sekaligus memperkuat retensi pesan

Hal tersebut didukung oleh pendapat Zhu *et al.* yang menerangkan bahwa “video pendek dengan narasi memiliki pengaruh persuasif yang kuat dalam menyampaikan informasi kesehatan. Hal ini menegaskan potensi TikTok sebagai media efektif untuk penyebaran informasi yang bermanfaat” (Dayinta & Rakhmawati, 2023).



Sumber: TikTok @tuberculosis.tv, 2025.

Gambar I. 3
Akun TikTok TBTV



TBTv merupakan sebuah *platform* media sosial (YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter) yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai TB yang dibuat saat masa pandemi COVID-19. TBTv terinspirasi dengan bagaimana berbagai macam pihak bisa bahu membahu dalam penanggulangan pandemi hingga akhirnya sekarang pandemi bisa dikendalikan. Sehingga, saya juga merasa upaya yang serupa harus dilakukan dimulai dengan meningkatkan kewaspadaan pemerintah, masyarakat dan berbagai pihak terkait TB (Burhan, 2024).

Melalui pendekatan tersebut, edukasi kesehatan tidak lagi terbatas pada media konvensional, melainkan bergerak ke ruang digital yang lebih akrab dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Akun TikTok @tuberculosis.tv menjadi salah satu sarana digital yang dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi mengenai kesehatan, khususnya terkait Tuberkulosis (TB) di Indonesia. Selama ini, edukasi tentang TB umumnya disampaikan melalui jalur formal, seperti layanan kesehatan, penyuluhan langsung, maupun media tradisional. Kehadiran media sosial, terutama TikTok yang semakin populer, membuka ruang baru bagi penyebaran informasi kesehatan dengan pendekatan yang lebih menarik, mudah dipahami, dan dapat diakses kapan saja.

Kajian Pustaka

Tuberculosis

“Tuberculosis (TB) adalah penyakit infeksi yang disebabkan oleh bakteri *Mycobacterium tuberculosis* (*Mtb*) yang menular melalui percikan yang terbentuk saat orang yang sakit TB batuk, berbicara, bernyanyi, atau bersin yang kemudian percikan ini terbawa melalui udara” (Burhan, 2024). “Bakteri *Mycobacterium Tuberculosis* ini dan dapat menyerang berbagai organ tubuh, terutama paru-paru” (WHO, 2023). “Tuberculosis (TB) sendiri masih menjadi masalah kesehatan masyarakat yang serius di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan beban TB tertinggi kedua di dunia, dengan 1,06 juta kasus pada tahun 2022” (WHO, 2023).

TikTok

"TikTok telah muncul sebagai kekuatan transformatif dalam ranah media sosial, menunjukkan kemampuannya yang sangat hebat dalam memikat audiens global melalui format yang inovatif dan konten yang dinamis" (Kulaga, 2024). Aplikasi TikTok atau yang dikenal dengan nama Douyin di Tiongkok, pertama kali diperkenalkan ke publik pada tahun 2016 oleh *Bytedance*, sebuah perusahaan teknologi asal Beijing. Platform ini memungkinkan para penggunanya untuk membuat serta membagikan konten video berdurasi pendek, yakni sekitar 15 detik. Melalui fitur seperti musik latar, filter visual, dan templat untuk sinkronisasi gerakan bibir, pengguna dapat mengekspresikan diri sekaligus berinteraksi dalam lingkungan digital. Sejak peluncurannya, TikTok berkembang pesat menjadi salah satu aplikasi video *mobile* terpopuler dan berhasil menarik perhatian jutaan orang dari berbagai belahan dunia (Bahiyah & Wang, 2020).

Edukasi Kesehatan

“Edukasi adalah segala keadaan, hal, peristiwa, kejadian, atau tentang suatu proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dalam usaha mendewasakan manusia. Edukasi dilakukan melalui upaya pengajaran dan pelatihan” (Detik, 2022). Menurut Notoatmodjo “edukasi adalah usaha terencana untuk memengaruhi individu, kelompok, maupun masyarakat agar bertindak sesuai dengan tujuan yang diharapkan” (Aisah et al., 2021).



Teori New Media

Konsep teori media baru berkembang pesat seiring dengan munculnya internet pada era 1990-an, yang secara mendasar mengubah cara manusia memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi. Kemajuan teknologi ini menuntut adanya kerangka teori baru untuk memahami karakteristik unik media digital, seperti interaktivitas, modularitas, dan ketergantungan pada data (Rahmi, 2024). Perihal tersebut juga dicetuskan oleh Jakobsson yang menjelaskan bahwa "pemikiran Lev Manovich menekankan peran basis data sebagai struktur utama media baru, di mana pengguna berperan aktif dalam menjelajah dan menciptakan konten. Hal ini menandai pergeseran media dari narasi tradisional menuju pengalaman yang lebih fleksibel dan interaktif" (Rahmi, 2024).

Manajemen/Pengelolaan Media Sosial

“Manajemen adalah serangkaian kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, mengendalikan dan mengembangkan segala upaya dalam mengatur dan mendayagunakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien” (Kustiawan, 2022). Hal itu juga sejalan dengan pendapat Samsudin yang menyoroti “Asal-usul kata manajemen yang berakar dari bahasa Inggris *management*, kemudian berkembang dari istilah *to manage* (mengatur/mengelola), yang memiliki akar lebih jauh dari bahasa Italia *maneggio* dan Latin *managiare*, yang berasal dari kata *manus* yang berarti tangan” (Kustiawan, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus intrinsik, yaitu penelitian yang difokuskan pada pemahaman mendalam terhadap satu kasus spesifik, dalam hal ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana pemanfaatan pada akun TikTok @tuberculosis.tv sebagai media edukasi tentang TB, khususnya dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan audiens tentang tuberkulosis (TB). Pendekatan ini dipilih karena sifat penelitian kualitatif mampu menggali makna, persepsi, dan strategi komunikasi yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan oleh penulis selama kurang lebih tiga bulan pada akun TikTok @tuberculosis.tv yang menjadi objek utama dalam analisis ini. Peneliti telah mengumpulkan data melalui hasil observasi dan wawancara langsung yang dilakukan di Jl. Persahabatan Raya No.1, RT.1/RW.18, Cipinang, Pulo Gadung, Jakarta Timur dan wawancara secara daring menggunakan media Zoom. Adapun hasil observasi dan wawancara langsung yang dilakukan dengan Pengelola Media Sosial yaitu Social Media Specialist yang bernama Fahira Novanra dan CO-Director/Dokter yang bernama Muhammad Dea Firdaus, serta Sahabat TB yang bernama Andika Swasetya Putra dan Muhammad Afrizal.



Strategi Edukasi Melalui TikTok @tuberculosis.tv

CONTENT PILLAR	
Tujuan : Gain Awareness	
Notes : Flexible	
Pillar	Purpose
Edukasi	Memberikan informasi terkait Tuberculosis
Entertainment	Memberikan edukasi dibalut dengan hiburan dan berbentuk video
Mitos Fakta	Membagikan informasi mitos atau fakta seputar TB
Trailer Youtube	Short video tiap minggu yang telah di upload di youtube
Tanya Jawab	Tanya jawab seputar TB dan di tanggap langsung oleh Dokter

Sumber: Tuberculosis TV.

Gambar IV. 3

Konten Pilar TikTok @tuberculosis.tv

Berdasarkan hasil wawancara, strategi komunikasi yang dijalankan oleh akun @tuberculosis.tv dirancang dengan pendekatan yang responsif terhadap kebutuhan informasi audiens. Pengelola akun menggunakan prinsip *Uses and Gratifications* dalam merumuskan konten, yakni dengan terlebih dahulu mengidentifikasi apa yang ingin diketahui masyarakat seputar tuberkulosis. Sumber informasi yang dijadikan acuan antara lain berasal dari pencarian tren melalui *Google Trends*, komentar pengguna di konten sebelumnya, serta pertanyaan yang masuk melalui pesan langsung (DM).

Bentuk dan Format Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Edukasi



Sumber: TikTok @tuberculosis.tv, 2025

Gambar IV. 4

Bentuk Format Konten TikTok @tuberculosis.tv

Berdasarkan penuturan narasumber, akun @tuberculosis.tv telah secara optimal menggunakan berbagai fitur yang tersedia di TikTok untuk mendukung kegiatan edukasi tentang tuberkulosis. Dengan jumlah pengikut yang terus meningkat dan hampir menyentuh angka 27 ribu, akun ini secara rutin mengunggah konten setiap hari, kecuali saat akhir pekan, guna menjaga keterlibatan



audiens dan memastikan informasi tetap tersampaikan secara konsisten. Walaupun pemanfaatannya sudah digunakan secara optimal tetap bisa dikembangkan lagi.

Proses Manajemen Media Sosial TikTok @tuberculosis.tv

CONTENT PLAN						
MONTH: Juni						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
WEEK 1						
15	APAKAH STIGMA BANTU TB CEPAT SEMBUH	YouTube: Menjadi aku PART 2	PASIENT TB BULEN DOKOR DARAH GA DOK?	KEUNTUNGAN VAKSIN TB DI DUNIA	Kalau kamu masih mikir TB itu penyakit batuk, itu kamu ketinggalan zaman, masih stuck di abad 19	21
WEEK 2						
22	DOK SAYA TB PARU DAN TB KULT. APAKAH MINUM OBATNYA DOUBLE?	YouTube: Menjadi aku PART 1	KAKI SAYA SERING KRAM DAN KAKU SAAT PENGobatan TB. BAHAYA GAK DOK?	Potongan Encyclopedia	TAHUN BARU ISLAM DAMPAK KALAU TERCIPTANYA VAKSIN TB BARU	28
WEEK 3						
29	DOK ABIS MINUM OBAT TB, BOLEH MAKAN PERMEN BUAT ILANGIN MUALNYA?	YouTube: Menjadi aku PART 2	SAYA GATAL SETELAH MINUM OBAT TB AMAN GAK DOK?	REKOMENDASI OLAHRAGA UNTUK PASIENT TB	STIGMA: Potongan dari YouTube	05
WEEK 4						
06	BEKAS TB BISA HILANG DOK?	JAPRI TB : Bales Email/ Komentar YouTube	DOK MATA SAYA MENGENUNG SETELAH MINUM OBAT TB. BAGAIMANA DOK?	Potongan Japri	FAKTOR RESIKO TB	12
WEEK 5						
13	TIPS MENCEGAH TB	JAPRI TB : Bales Email/ Komentar YouTube	Potongan Encyclopedia TB	ROKOK BISA MENYEBABKAN TB DOK?	TB BIKIN PENURUNAN BERAT BADAN DOK?	KONTEN DAILY: Menyentuh Hati (Footage dan VO emotional approach for stigma)

Sumber: TikTok @tuberculosis.tv, 2025

Gambar IV. 5

Content Planner TikTok @tuberculosis.tv

Dalam kegiatan pengelolaan media sosial, penjadwalan dan waktu unggahan konten merupakan bagian penting dari strategi manajemen yang berpengaruh terhadap tingkat keterlibatan audiens. Pemilihan waktu yang tepat dapat menentukan sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menjangkau pengguna secara maksimal. Hal ini juga diterapkan oleh akun TikTok @tuberculosis.tv, yang secara konsisten menjaga ritme unggahan agar tetap relevan dan mudah diakses oleh pengikutnya.



Sumber: TikTok @tuberculosis.tv, 2025

Gambar IV. 6

Komentar Sahabat TB di TikTok @tuberculosis.tv



Setelah memahami bagaimana interaksi dengan audiens dijalankan, aspek penting berikutnya dalam pengelolaan media sosial adalah manajemen reputasi. Aktivitas ini berperan dalam menjaga citra dan kepercayaan publik terhadap akun @tuberculosis.tv, terutama saat menghadapi tanggapan atau komentar negatif dari pengguna. Melalui pengelolaan reputasi yang baik, tim dapat memastikan bahwa setiap respon dan kritik dari audiens ditangani dengan bijak, sehingga akun tetap dipandang positif sebagai media edukasi yang kredibel.

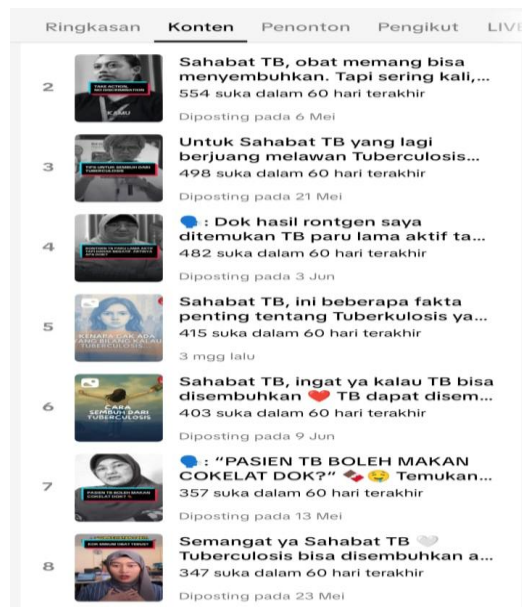
Tantangan dalam Pengelolaan Konten Edukasi

Dalam menjalankan media sosial sebagai alat penyampaian edukasi kesehatan, tentu tidak lepas dari berbagai hambatan yang harus dihadapi. Hal ini juga dialami oleh tim pengelola akun @tuberculosis.tv, yang menghadapi sejumlah tantangan mulai dari persoalan teknis, pengembangan ide konten, perubahan perilaku audiens, hingga upaya menjaga konsistensi dalam penyampaian informasi. Berbagai kendala tersebut merupakan bagian dari dinamika yang lazim terjadi dalam pengelolaan media digital, apalagi ketika topik yang diangkat berkaitan dengan isu kesehatan yang sensitif dan kompleks seperti tuberkulosis

Agar penyampaian informasi tetap relevan dan efektif, tim pengelola melakukan evaluasi secara berkala. Proses ini penting untuk menilai sejauh mana konten yang diproduksi mampu menjangkau target audiens, meningkatkan pengetahuan mereka, serta membangun interaksi yang positif

Berdasarkan penuturan narasumber, untuk tantangan yang dihadapi oleh tim pengelola media sosial TikTok @tuberculosis.tv adalah tentang mentranlasikan bahasa medis yang dimana tergolong cukup berat, menjadi bahasa ringan yang mudah dipahami oleh audience

Evaluasi dan Respon Audiens



Sumber: TikTok @tuberculosis.tv, 2025

Gambar IV. 8

Konten TikTok @tuberculosis.tv Dengan Engagement Tertinggi



Berdasarkan wawancara dengan pengelola akun serta dua orang Sahabat TB, dapat disimpulkan bahwa akun TikTok **@tuberculosis.tv (TBTv)** telah dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana edukasi tuberkulosis yang komunikatif, informatif, sekaligus responsif terhadap kebutuhan audiens. Tim pengelola secara rutin melakukan evaluasi terhadap performa konten dan menemukan bahwa jenis konten yang menyentuh sisi emosional seperti kisah nyata para penyintas TB menjadi yang paling banyak menarik perhatian dan membangun keterhubungan dengan penonton. Konten-konten tersebut dikemas dengan pendekatan naratif dan visual yang kuat untuk memperkuat pesan edukatif yang disampaikan.

Harapan dan Rencana Pengembangan Konten

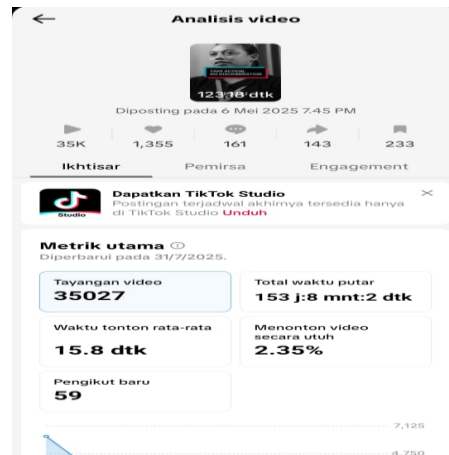


Sumber: TikTok **@tuberculosis.tv**, 2025

Gambar IV. 9

Konten Motivasi TikTok **@tuberculosis.tv** Komentar Sahabat TB

Secara umum, penggunaan media sosial TikTok oleh akun **@tuberculosis.tv** telah dijalankan secara maksimal dan tepat sasaran. Hal ini terlihat dari strategi komunikasi yang diterapkan, seperti pemilihan gaya penyampaian yang sesuai tren, penyusunan konten yang mudah dicerna, serta upaya menghadirkan informasi yang relevan dengan kebutuhan audiens. Efektivitas pemanfaatan platform ini juga tercermin dari tingkat interaksi pengguna (*engagement*) yang tinggi, baik melalui jumlah tayangan, komentar, tanda suka (*likes*) dan sebagainya.



Sumber: TikTok @tuberculosis.tv, 2025

Gambar IV. 10

Salah Satu Konten Motivasi Dengan Engagement Yang Tinggi

Indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa konten yang dibagikan tidak hanya berhasil menjangkau audiens, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dari para pengikutnya. Dengan demikian, akun ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi tentang tuberkulosis, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang edukasi interaktif yang efektif, terutama di kalangan pengguna muda yang akrab dengan media sosial. Secara keseluruhan, TBTV dinilai telah berperan signifikan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai TB dan memberikan dampak positif dalam upaya penyebaran informasi serta peningkatan kesadaran terhadap pentingnya pengobatan yang tepat.

Teori New Media



Sumber: TikTok @tuberculosis.tv, 2025

Gambar IV. 11

Ilustrasi Teori Lev Manovich Prinsip Representasi Numerik: Penyisipan Elemen Teks, Audio, Visual Pada Konten Tiktok @tuberculosis.tv



Produksi konten di akun **@tuberculosis.tv** sepenuhnya memanfaatkan keunggulan teknologi digital yang memungkinkan berbagai elemen visual dan teks untuk diedit, disesuaikan, serta ditinjau dengan cermat. Mulai dari tahap perencanaan konten, pemilihan tampilan visual, penyusunan caption, hingga proses pengecekan oleh tim medis, semuanya dilakukan secara sistematis dan berbasis digital. Hal ini mencerminkan bahwa konsep representasi numerik tidak hanya diterapkan dalam aspek teknis produksi, tetapi juga dalam menjamin validitas dan kualitas informasi yang disampaikan. Dengan pendekatan tersebut, konten edukasi yang dihasilkan dapat lebih terstruktur, relevan, dan akurat sesuai dengan kebutuhan audiens.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial TikTok oleh akun **@tuberculosis.tv** telah dijalankan secara efektif sebagai sarana edukasi mengenai tuberkulosis. Akun ini berhasil menyampaikan pesan-pesan kesehatan dengan pendekatan yang menarik, mengikuti tren, serta mudah dipahami oleh target audiens, khususnya kalangan muda yang mendominasi pengguna platform tersebut.

Strategi yang diterapkan oleh tim pengelola meliputi penyusunan konten berdasarkan momentum yang relevan (seperti kalender kesehatan), pemanfaatan fitur-fitur TikTok secara maksimal (seperti video pendek, live, dan interaksi melalui DM), serta kolaborasi antara tim kreatif dan tim medis untuk menjaga akurasi informasi. Proses produksi dilakukan melalui tahap perencanaan, penyuntingan, quality control, hingga publikasi, yang semuanya disesuaikan dengan gaya komunikasi yang dekat dengan keseharian pengguna.

Meskipun telah berjalan dengan baik, tim tetap menghadapi sejumlah kendala, seperti menjaga keberlanjutan konten di tengah perubahan tren yang cepat, serta menyeimbangkan antara kreativitas dan akurasi informasi medis. Untuk mengatasi tantangan tersebut, evaluasi rutin dan pembaruan strategi dilakukan secara berkala.

Capaian akun ini dalam menjangkau pengguna yang terlihat dari tingginya jumlah tayangan, interaksi, komentar, dan likes menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media edukatif. Akun **@tuberculosis.tv** berhasil menjadikan platform ini tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang informasi yang mampu mendorong kesadaran masyarakat terhadap isu kesehatan, khususnya tuberkulosis, melalui pendekatan yang adaptif, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

(Feroza & Misnawati, 2020). (n.d.). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN* | Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*.

2024 *Global tuberculosis report*. (n.d.).

Ain, Q., Sari, A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568–578. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10081522>



- Aisah, S., Ismail, S., Margawati, A., Doktor, M., Kedokteran, I., Kesehatan, D., Undip, F. K., Emergensi, K., & Kritis, D. (n.d.). Edukasi Kesehatan dengan Media Video Animasi: Scoping Review. In *Jurnal Perawat Indonesia* (Vol. 5, Issue 1).
- Ali Rusdy, S., & Aryo Fajar Sunartomo, dan. (2020). Jurnal Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian Journal of Communication and Agricultural Extension Proses Komunikasi dalam Penyuluhan Pertanian Program System of Rice Intensification (SRI) Communication Process in Agricultural Extension System of Rice Intensification (SRI) Program. *Jurnal Kirana*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.19184/jkr>
- Ansori, A., Pendidikan, M., Islam, A., Tinggi, S., Rusyd, I., & Utara, L. (2024). *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI) Mencari Tambahan Ilmu*. 2(1), 137–144. <https://doi.org/10.61930/pjpi.v2i1>
- Anto, R. P., Nur, N., Yusriani, Ardah, F. K., Ayu, J. D., Nurmahdi, A., Apriyeni, B. A. R., Purwanti, Adrianingsih, arita Y., & Putra, M. F. P. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2).
- Asrulla, A. (n.d.). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. <https://www.researchgate.net/publication/386875018>
- Berapa Banyak Orang yang Menggunakan TikTok (Statistik Pengguna 2025)*. (n.d.).
- Besar, G., Dalam Bidang, T., Pulmonologi, I., & Respirasi, K. (n.d.). *Erlina Burhan Pidato pada Upacara Pengukuhan sebagai ORKESTRASI MENUJU ELIMINASI TUBERKULOSIS DI INDONESIA PADA TAHUN 2030*.
- Dayanti Putri, S., Mawarti Perdana, S., Sari, P., Ridwan, M., & Nuzulul Putra, A. (2025). The Effect Of Health Promotion With Social Media Tiktok On Increasing Knowledge And Attitude Change In Preventing Hypertension Early On In Adolescents In Smk Negeri 1 Jambi City. In *International Journal Of Health, Engineering And Technology* (Vol. 4, Issue 2). <https://ijhet.com/index.php/ijhess/>
- Dayinta, A., Nurul Rakhmawati, F., Raya Telang, J., Telang Inda, P., Kamal, K., Bangkalan, K., & Timur, J. (2025). PT. Media Akademik Publisher ANALISIS KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM KONTEKS NEW MEDIA : STUDI KASUS KONTEN KESEHATAN PADA AKUN TIKTOK @AYMANALTS. *JMA*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Dewi RP, Hidayah SN. Metode Study Kasus. Skripsi. 2019;19
- Dhany, R. K., & Dharianta, R. (2024). Pemanfaatan Konten Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Tentang Tuberkulosis di Kalangan Murid SMAN 1 Puri Mojokerto. *Panrannuangku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 316–322. <https://doi.org/10.35877/panrannuangku3524>
- DIGITAL 2025 INDONESIA*. (n.d.).
- DIGITAL 2025 INDONESIA*. (n.d.).
- Dovetail, 2023. (n.d.).



- Ferira, R. (2022). *Analisis Aplikasi TikTok sebagai Platform Membangun Jaringan Bisnis Generasi Millenial*. <https://www.researchgate.net/publication/361361887>
- Fitriani, Y. (2021). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KONTEN EDUKASI ATAU PEMBELAJARAN DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Fiveable. (2024). *Fiveable, 2024*. <https://library.fiveable.me/journalism-research/unit-13>
- Hayati, I., Anwar, E. N., & Syukri, M. Y. (2021). Edukasi Kesehatan dalam Upaya Pencegahan Penyakit Skabies di Pondok Pasantren Madrasah Tsanawiyah Harsallakum Kota Bengkulu. *Abdihaz: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.32663/abdihaz.v3i1.1768>
- HOME (WWW.THEGLOBALSTATISTICS.COM) | M E N U. (2025). <https://www.the>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media and Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Kemenkes (2025) *Aksi Nyata Percepatan Eliminasi Tuberkulosis di Indonesia*. (n.d.).
- Kemenkes, 2021. (2021). *Stigma dan Diskriminasi pada Pasien Hambat Indonesia Bebas TB 2030*. https://mediaindonesia.com/humaniora/411753/stigma-dan-diskriminasi-pada-pasien-hambat-indonesia-bebas-tb-2030?utm_source
- Kini, M., Baru, E., & Bisnis, D. (n.d.). *Iklan TikTok dan Pemasaran Produk di*. <https://adsqoo.id/iklan-tiktok/>
- Kułaga, W. (2024). Revolutionizing Visual Communication and Digital Creative Engagement: The Game-Changing Impact of TikTok. *Przegląd Socjologii Jakosciowej*, 20(3), 212–235. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.20.3.10>
- Latif, A. I., & Tiala, N. H. (2022). EFEKTIVITAS VIDEO EDUKASI MELALUI WHATSAPP DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN TENTANG PENCEGAHAN PENULARAN PASIEN TUBERKULOSIS PARU. *Jurnal Kesehatan*, 14(2), 111. <https://doi.org/10.24252/kesehatan.v14i2.24920>
- Liu, Y. (2023). TikTok's Influence on Education. In *Journal of Education, Humanities and Social Sciences EPHHR* (Vol. 2022).
- Merga, M. K. (2025). TikTok and digital health literacy: A systematic review. In *IFLA Journal* (Vol. 51, Issue 2, pp. 490–501). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/03400352241286175>
- Nafisatur, M. (2024). Metode pengumpulan data penelitian. *Metode Pengumpulan Data Penelitian*,
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Simbiosis Rekatama.



- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I04.12429>
- Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. (1992).
- Rahayu, E. S., Mugianti, S., & Suprajitno, S. (2024). Education On Prevention Of Pulmonary Tuberculosis Transmission Using TikTok Media At The Sukorejo Health Centre. *Health Access Journal*, 1(1), 23. <https://doi.org/10.31290/haj.v1i1.4362>
- Rahmi, 2024. (n.d.).
- Rasdin, R., Mulyati, Y., & Kurniawan, K. (2021). *Fenomena Tik Tok sebagai Media Komunikasi Edukasi*. <http://proceedings.upi.edu/index.php/riksabahasa>
- Rizki Anita, D., & Rachmawati, F. (n.d.). *KONTEN EDUTAINMENT DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @PILIHJURUSAN.ID* *Edutainment Content on Social Media TikTok @pilihjurusan.id*. <http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/restorica>
- Rizqiyah. (2024). *PERNYATAAN KEASLIAN*.
- Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (n.d.). *TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER*. 3(1), 39–47. <https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>
- Roy, R., & Malloy, J. (2023). Evolving Role of Social Media in Health Promotion. In *Health Promotion - Principles and Approaches*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.111967>
- Rozali, Y. A. (2022). PENGGUNAAN ANALISIS KONTEN DAN ANALISIS TEMATIK. In *Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19). www.researchgate.net
- Safarudin et al., 2024. (n.d.).
- Socialinsider. (2023). *TikTok vs. Reels vs. Shorts (A Study by Socialinsider)*. https://www.socialinsider.io/blog/tiktok-vs-reels-vs-shorts/amp/?utm_source
- Statista. (24 C.E.). *Average TikTok content engagement rate in 2023 and 2024*.
- Studi Magister Ilmu Komunikasi, P., Komunikasi, F., & Kreatif, D. (n.d.). *Analisis Isi Konten Video Edukasi Tentang Mental Health Pada Akun Tiktok @Alodokter.id Fiqro Nabil Alfein*. <https://databoks.katadata.co.id/>
- TikTok - statistics & facts*. (n.d.).
- Udoudom, U. (2025). TikTok Narratology, Health Belief System and Sexual Health Awareness among Students of Akwa Ibom State University. *Journal of Health Science and Medical Therapy*, 3(01), 116–130. <https://doi.org/10.59653/jhsmt.v3i01.1461>
- Wati, 2021. (n.d.).
- World Health Organization, 2023. (2023). *Western Pacific Indonesia Donate*. https://www.who.int/indonesia/news/events/tb-day/tb-day-2024?utm_source=chatgpt.com



Zeng, J. ., Abidin, C. ., & Schäfer, M. S. (2021). Research perspectives on TikTok and its legacy apps: introduction. *Article in International Journal of Communication*, 15, 3161–3172. <https://doi.org/10.5167/uzh-205427>