

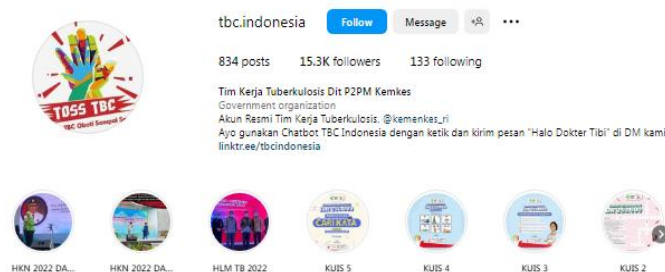
## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan gambaran tentang topik penelitian. Selanjutnya, akan dilaporkan jumlah frekuensi unggahan kampanye penyakit TBC dari akun Instagram @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia selama periode Februari 2022 hingga Januari 2023. Peneliti akan menetapkan kategori sesuai dengan klasifikasi data sebagai unit analisis, yang mencakup beberapa konten kampanye terpilih yang paling mencerminkan kategori penting yang relevan dengan penelitian. Proses interpretasi data akan dilakukan dengan cara membaca dan menganalisis isi pesan kampanye yang secara jelas terungkap (tersurat) berdasarkan teks dan elemen visual yang ditampilkan dalam kontennya. Selain itu, interpretasi akan dikembangkan dalam sub bab berdasarkan kategori-kategori tertentu untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana pesan kampanye penyakit TBC disajikan oleh pihak swasta dan pemerintah melalui konten. Penggambaran pesan kampanye akan dianalisis berdasarkan kategori tema pesan kampanye, sifat pesan, bentuk konten yang digunakan, dan tanggapan pesan dari audiens atau pengikutnya.

#### 4.1. Gambaran Umum Akun Instagram @tbc.indonesia & @stoptbindonesia

##### 4.1.1. Akun Instagram @tbc.indonesia



Gambar 4.1. Akun Instagram @tbc.indonesia

Akun ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 15.3 ribu orang (data per tanggal 15 Mei 2023). Jika melihat profil akun tersebut, tidak setiap hari terdapat konten yang diunggah. Padahal, jika ingin memberikan informasi perihal gentingnya penyakit TBC merupakan sebuah strategi yang bisa dilakukan dengan mengunggah konten setiap harinya sebagai pengingat.

#### 4.1.2. Akun Instagram @stoptbindonesia



Gambar 4.2. Akun Instagram @stoptbindonesia

Dari segi followers, @stoptbindonesia memiliki jumlah yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan @tbc.indonesia yaitu sebanyak 10.4 ribu orang (data per tanggal 15 Mei 2023). Meskipun begitu, total jumlah postingan yang telah diunggah oleh @stoptbindonesia lebih banyak dari @tbc.indonesia. Artinya, @stoptbindonesia memiliki frekuensi mengunggah konten kampanye lebih sering daripada @tbc.indonesia.

#### 4.2. Hasil dan Pembahasan

Utamanya, baik dari @tbc.indonesia maupun @stoptbindonesia dalam menjalankan kampanye di profil akun sosial media Instagram mereka, sebagai upaya menyebarkan terkait informasi penyakit TBC secara luas diperoleh masyarakat. Dengan bersinergi bersama berbagai pihak mulai dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia hingga Stop TB Partnership Indonesia menunjukkan komitmen untuk membuat masyarakat lebih peduli terhadap kondisi kesehatan serta penyakit

TBC itu sendiri dapat dikontrol. Program penyuluhan dijalankan hingga melaksanakan penyebaran informasi melalui sosial media sebagai aktivitas kampanye. Meskipun nama kampanye yang dijalankan berbeda yaitu dari Kemenkes (Temukan-Obati-Sampai-Sembuh/TOSS TBC) dan STPI dengan kampanye #141CekTBC mereka, tentunya tetapi masih ke dalam tujuan yang sama yaitu menekan angka masyarakat mengidap penyakit ini sebelum terlambat.

Kampanye ini dijalankan atas dasar masih tingginya masyarakat yang terjangkit penyakit TBC namun telat mendapatkan penanganan sehingga menyebabkan kematian. Padahal, jika ditangani dengan benar besar peluang untuk sembuh total dari virus TBC. Memang, gejala yang dialami oleh pengidap TBC terbilang cukup umum dan dianggap sebagai sakit biasa seperti batuk, demam, hingga nyeri di dada. Padahal, TBC sendiri banyak jenisnya dan setiap jenis penanganannya berbeda. Oleh karena itu, disebarkannya informasi penyakit TBC melalui sosial media Instagram diharapkan sebagai upaya mengedukasi tentang penyakit ini dalam bentuk pesan pada konten. Dari konten tersebut, total 108 konten di @tbc.indonesia dan 91 konten pada @stoptbindonesia. Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana penggambaran pesan kampanye penyakit TBC di media sosial untuk menyebarkan informasi supaya diterima.

Tabel 4.1. Deskripsi Kategori Konten

Kategori	Indikator
	<b>Berdasarkan Data</b>
<b>Tema Pesan</b>	Tips Fakta TBC TBC pada Anak dan Bayi Pencegahan TBC Pengobatan TBC Jenis TBC
<b>Bentuk Konten</b>	Gambar Video Carousel
	<b>Berdasarkan Konsep</b>
<b>Sifat Pesan</b>	Informatif Persuasif Edukatif
<b>Tanggapan Pesan</b>	Positif Negatif

Sumber: Olahan Peneliti

#### 4.2.1. Frekuensi Postingan Konten Kampanye Pada @tbc.indonesia & @stoptbindonesia

Peneliti akan menghitung frekuensi kemunculan konten kampanye penyakit TBC dalam unggahan di akun Instagram @tbc.indonesia & @stoptbindonesia pada periode Februari 2022 hingga Januari 2023. Data tersebut akan diatur dengan rapi dan terstruktur untuk mengetahui persentase postingan konten kampanye penyakit TBC per bulan selama periode tersebut.

Tabel 4.2. Tabel Frekuensi Postingan Konten

Bulan	Jumlah Postingan			
	2022		2023	
	@tbc.indonesia	@stoptbindonesia	@tbc.indonesia	@stoptbindonesia
Februari	2	1	0	0
Maret	1	8	0	0
April	12	11	0	0
Mei	3	7	0	0
Juni	7	9	0	0
Juli	16	10	0	0
Agustus	15	13	0	0
September	14	11	0	0
Oktober	11	5	0	0
November	10	6	0	0
Desember	15	3	0	0
Januari	0	0	2	7
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>84</b>	<b>2</b>	<b>7</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Pada kampanye kesehatan mengenai penyakit TBC di platform Instagram, akun @tbc.indonesia memiliki jumlah unggahan yang lebih banyak dibandingkan dengan akun @stoptbindonesia selama periode Februari 2022 hingga Januari 2023. Akun @tbc.indonesia memiliki jumlah postingan yang peneliti pilih sebanyak 108 konten, sedangkan pada @stoptbindonesia berjumlah 91 konten. Temuan menarik pada penelitian berdasarkan dari hasil frekuensi unggahan postingan dari @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia adalah:

1. Pada bulan Juli 2022 yang menjadi unggahan dengan frekuensi terbanyak di @tbc.indonesia, konten yang paling banyak ditemukan yaitu konten dengan tema TBC pada Anak dan Bayi. Konten yang memiliki tema tersebut di bulan Juli 2022 itu yaitu 10 dari 16 konten. Penyampaian isi pesan pada konten di @tbc.indonesia dengan tema di bulan Juli 2022 itu bukanlah sebuah kebetulan. Hal tersebut didasari dengan dimana bulan Juli merupakan terdapat hari besar yaitu Hari Anak Nasional, tepatnya pada setiap tanggal 23 Juli 2022.
2. Untuk @stoptbindonesia, frekuensi bulan dengan konten terbanyak terjadi pada Agustus 2022. Konten yang diunggah pada bulan tersebut didominasi dengan tema pesan Fakta TBC yaitu sebanyak 7 dari 13 konten. Melalui hal tersebut menunjukkan bahwa @stoptbindonesia dalam menyampaikan isi pesan lebih menekankan fakta tentang penyakit TBC.

#### **4.2.2. Berdasarkan Data**

##### **4.2.2.1 Tema Pesan**

Pada penelitian ini, tema konten yang ada pada akun Instagram @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia yaitu: tips, fakta TBC, TBC pada anak dan bayi, pencegahan TBC, pengobatan TBC, dan Jenis TBC. Pada tema untuk kategori tips, berisi tentang cara, saran, anjuran, langkah-langkah yang bisa menjadi pengetahuan kepada audiens jika sedang menghadapi situasi TBC. Untuk fakta TBC, berisi informasi yang didukung oleh data maupun fakta berkaitan TBC dan penting diketahui. TBC pada anak dan bayi yaitu tema dengan segmen khusus berisi informasi seperti apa TBC yang bisa terjangkit oleh anak atau bayi seperti apa yang harus dilakukan, hingga siasat dalam proses penyembuhannya. Pencegahan TBC menjadi tema dimana sebagai pengetahuan audiens agar meminimalisir peluang terkena TBC. Pengobatan TBC merupakan tema berisi proses penyembuhan hingga obat-obatan yang berkaitan dengan TBC sebagai informasi untuk membangun semangat sembuh penderita. Jenis TBC berisi tentang apa saja yang termasuk ke

dalam TBC mulai dari organ yang diserang, gejala, perbedaan dengan TBC lain, hingga informasinya.

Berikut hasil angka pengelompokan konten tema pesan:

Tabel 4.3. Jumlah Postingan Berdasarkan Tema Pesan

Kategori	Indikator	Definisi	Jumlah Postingan	
			@tbc,indonesia	@stoptbindonesia
Tema Pesan	Tips	Tips, Cara, Anjuran, Rekomendasi, Tips & Tricks	10	9
	Fakta TBC	Informasi, Data, Fakta terkait TBC, Gejala umum TBC	41	54
	TBC pada Anak dan Bayi	Gejala TBC pada Bayi dan Anak, Pengawasan	15	1
	Pencegahan TBC	Metode/Langkah-langkah yang dilakukan untuk mencegah TBC, Vaksin TBC, mencegah penularan	9	6
	Pengobatan TBC	Obat, Proses penyembuhan dan pengobatan, efek samping	16	11
	Jenis TBC	Macam-macam TBC	17	10

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil temuan yang dianalisis peneliti, pada tema pesan @tbc.indonesia dan @stoptindonesia sama-sama memiliki jumlah paling banyak di fakta TBC. Hal tersebut dikarena informasi yang disampaikan berisi fakta tentang penyakit TBC. Meskipun begitu, jika dilihat dari angka diatas untuk @tbc.indonesia tema lainnya masih memiliki jumlah yang cukup banyak terdapat pada konten kampanye. Sedangkan, untuk @stoptbindonesia memang berfokus menyampaikan fakta TBC yang dibuktikan dengan banyaknya jumlah unggahan sebanyak 71 konten.

### A. Tips

Tema pesan tips pada pengemasan TBC dalam bentuk konten kampanye umumnya berisi tentang cara, anjuran, langkah-langkah, rekomendasi, saran, maupun tips yang bisa diikuti oleh audiens. Informasi didalamnya bersifat penting terutama untuk audiens yang sedang mengalami situasi TBC.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.3. Postingan Tema Tips Carousel Periode 3 Oktober 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Pada gambar di atas, menunjukkan postingan berisi informasi mengandung langkah-langkah lebih tepatnya rekomendasi yang sesuai dengan tema tips. Unggahan ini diunggah pada 3 Oktober 2022 melalui akun Instagram @tbc.indonesia. Unggahan tersebut mendapatkan engagement sebesar 328 likes dan 5 comments. Pada konten di atas, informasi ini penting diterima audiens dengan TBC agar bisa

mengikuti saran rekomendasi didalam pesan konten yaitu jenis makanan untuk pasien TBC.

Terdapat informasi tentang apa saja jenis makanan yang bisa dikonsumsi oleh pasien TBC. Informasi pada konten ini dikemas ke dalam tema pesan tips sebagai rekomendasi yang bisa dilakukan audiens dimana informasi dibutuhkan karena penyakit TBC tidak hanya diobati dengan pengobatan medis melainkan juga membutuhkan dukungan dari pola hidup sehat terutama makanan yang dikonsumsi. Oleh karena itu, melalui informasi pada pengemasan konten tema pesan tips ini @tbc.indonesia berupaya memberikan informasi untuk bisa diikuti audiens agar lekas pulih dari TBC. Dengan begitu, angka penyembuhan TBC menjadi meningkat di Indonesia itu sendiri.



Gambar 4.4. Postingan Tema Tips Periode 26 April 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Gambar di atas diunggah pada 26 April pada @stoptbindoneisa. Unggahan ini mendapatkan engagement sebesar 38 likes dan 1 comment. Berdasarkan isi pesannya, konten di atas termasuk ke dalam tema pesan tips yang sesuai dengan artinya yaitu berisi anjuran. Informasi ini menjadi penting untuk audiens khususnya dengan TBC yang ingin menjalani ibadah puasa.

Pola hidup sehat menjadi faktor penting yang berfungsi sebagai pendukung untuk pasien TBC agar sembuh dari TBC. Dengan tetap komitmen mengonsumsi obat secara disiplin, pola hidup sehat perlu dijalankan untuk menyeimbangkan tubuh agar terbebas dari bakteri TBC. Meskipun berpuasa, pasien TBC harus tetap memperhatikan pola hidup mereka menjadi lebih sehat agar proses penyembuhan tidak mengalami kemunduran selama puasa. Melalui anjuran yang disampaikan pada



pesan ini, @tbc.indonesia ingin memberikan dalam tema tips agar pasien TBC tidak kehilangan arah menjalani pola hidup sehat ketika berpuasa.

Tabel 4.4. Pengkategorian Tema Pesan Tips

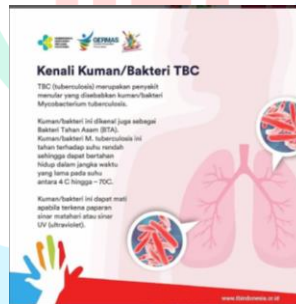
Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.3.	Rekomendasi	5 Rekomendasi jenis makanan
@stoptbindonesia	Gambar 4.4.	Anjuran	Anjuran untuk pasien TBC ketika berpuasa

Sumber: Olahan Peneliti

## B. Fakta TBC

Tema pesan fakta TBC pada pengemasan TBC dalam bentuk konten kampanye umumnya berisi tentang informasi fakta dengan data maupun sesuai dengan realitas seperti apa fakta dari TBC. Informasi didalamnya bersifat penting terutama untuk audiens agar mendapatkan pengetahuan yang benar terkait TBC.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.5. Postingan Tema Fakta TBC Periode 15 April 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Pesan yang ada pada gambar di atas termasuk ke dalam fakta TBC. Unggahan tersebut diunggah pada 15 April 2022 oleh @tbc.indonesia. Engagement yang didapatkan pada konten tersebut yaitu 175 likes dan 11 comments. Tema pesan fakta TBC ini berfokus pada topik pembahasan tentang bakteri TBC.

Penyebab terjadinya TBC yaitu penderita terjangkit kuman/bakteri TBC di bagian organ tubuhnya yang biasanya terletak di paru-paru kebanyakan. Pasien TBC perlu untuk mengenai karakteristik dari kuman/bakteri TBC agar dapat juga

mengetahui bagaimana cara melawannya. Konten ini berisi pesan fakta TBC yang didalamnya berisi nama bakteri, seperti apa suhu yang membuat bakteri tersebut tahan, hingga seperti apa bakteri ini bisa mati. Melalui fakta ini, audiens dapat terilhami sumber dari penyakit TBC.



Gambar 4.6. Postingan Tema Fakta TBC Periode 24 Maret 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Pada unggahan di atas yang diposting oleh @stoptbindonesia, konten tersebut mengandung tema pesan fakta TBC. Konten tersebut memperoleh *engagement* sebesar 362 *likes* dan 5 *comments*. Dari judul konten tersebut yaitu “5 Fakta Tak Terduga TBC”, pesan yang terdapat pada konten tersebut berisi informasi fakta yang disampaikan kepada audiens. Hal tersebut sesuai dengan pesan yang bertema fakta TBC yaitu berisi fakta seputar TBC.

Penyajian pesan terhadap informasi pada konten ini sebagai upaya @stoptbindonesia memberikan fakta penyakit TBC agar masyarakat mengetahuinya. Fakta yang disajikan melalui tulisan tersebut berisi 5 (lima) poin yang isinya bakteri TBC tidak menular saat berjabat tangan, tidak semua orang yang terinfeksi bakteri TBC menjadi sakit, bakteri TBC bisa bertahan di udara selama berjam-jam, TBC dapat disembuhkan, dan pengobatan TBC disediakan gratis. Pada konten tersebut, ada beberapa kata yang ditekankan sebagai penanda bahwa informasi itu penting. Kata yang ditekan tersebut yaitu tidak menular, dapat disembuhkan, dan gratis.

Dari sana jika dikaji berdasarkan konsep penelitian ini, pesan pada konten ini penting diterima di masyarakat. Apalagi dengan adanya penekanan di kata yang dianggap penting menjadi cara agar pesan kampanye diterima dan masyarakat memahaminya. Penderita TBC sudah difasilitasi dengan pengobatan gratis untuk penanganannya. Melalui fakta tak terduga pada konten ini agar masyarakat

mendapatkan informasi yang benar sehingga jika sewaktu-waktu terkena penyakit TBC tidak menimbulkan kepanikan berlebihan.

Tabel 4.5. Pengkategorian Tema Pesan Fakta TBC

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.5.	Fakta	Kuman/bakteri TBC
@stoptbindonesia	Gambar 4.6.	Fakta	5 fakta TBC penting seputar

Sumber: Olahan Peneliti

### C. TBC pada Anak dan Bayi

Tema pesan TBC pada anak dan bayi pada pengemasan TBC dalam bentuk konten kampanye umumnya berisi tentang gejala TBC pada bayi dan Anak, pengawasannya seperti apa, maupun informasi apa yang harus diperhatikan orangtua jika anak mereka terlihat menunjukkan gejala TBC. Informasi didalamnya bersifat penting terutama untuk audiens agar mendapatkan pengetahuan yang benar terkait TBC khususnya oleh orangtua yang memiliki anak kecil.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.7. Postingan Carousel Tema TBC pada Anak dan Bayi Periode 8 Juli 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas termasuk ke dalam tema pesan tentang TBC pada anak dan bayi. Konten ini diunggah oleh @tbc.indonesia pada 8 Juli 2022. Engagement yang diperoleh di konten ini yaitu 57 likes dan 6 comments. Konten ini termasuk ke dalam tema pesan tersebut dikarenakan isi pesan didalamnya tentang TBC anak.

Anak lebih rentan terkena infeksi TBC dibandingkan dengan orang dewasa. Anak dengan infeksi TBC pada dasarnya bisa menyebabkan tingginya kesakitan dan kematian pada anak. Untuk mencegah itu terjadi, @tbc.indonesia memberikan informasi yang berguna bagi audiens yang berperan sebagai orangtua sebagai pengawas melihat keadaan mereka jika terkena sakit. Pesan pada konten ini berisi gejala TBC yang diderita oleh anak hingga jika orangtua dapat mengetahuinya maka mereka dapat mengawasi anak mereka dan curiga kemungkinan TBC jika mengalami gejala tersebut. Dengan kesadaran orangtua untuk memperhatikan mereka yang sakit dan terindikasi terkena TBC, mereka dapat melakukan tindakan pemeriksaan sehingga mencegah kesakitan dan kematian TBC pada anak menjadi lebih tinggi.



Gambar 4.8. Postingan Tema TBC pada Anak dan Bayi Periode 15 Agustus 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Konten di atas termasuk ke dalam tema pesan tentang TBC pada anak dan bayi yang ditemukan pada akun @stoptbindonesia sebagai tema pesan didalamnya. Konten ini diunggah oleh @stoptbindonesia pada 15 Agustus 2022. Engagement yang diperoleh di konten ini yaitu 36 likes. Konten ini termasuk ke dalam tema pesan tersebut dikarenakan isi pesan didalamnya tentang TBC anak.

Poin penting yang ingin disampaikan oleh @stoptbindonesia yaitu kondisi TBC pada anak tidak bisa menular ke orang dewasa. Namun, TBC yang diderita orang dewasa dapat menular ke anak-anak. Melalui pesan ini, @stoptbindonesia ingin menyampaikan bahwa orang tua memiliki peran penting untuk memastikan lingkungan sekitar aman bagi kesehatan anak. Dengan meminimalisir interaksi anak kepada orang dewasa agar menghindari anak terjangkit TBC. Pemberian imunisasi

untuk mencegah TBC juga bisa dilakukan orangtua kepada anak mereka sebagai bentuk pencegahan.

Tabel 4.6. Pengkategorian Tema Pesan TBC pada Anak dan Bayi

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.7.	Gejala TBC pada Anak	Apa saja gejala TBC yang dialami anak
@stoptbindonesia	Gambar 4.8.	Fakta TBC pada Anak	TBC anak tidak menularkan ke orang dewasa namun TBC orang dewasa bisa menularkan ke anak-anak

Sumber: Olahan Peneliti

#### D. Pencegahan TBC

Tema pesan pencegahan TBC pada pengemasan TBC dalam bentuk konten kampanye umumnya berisi tentang metode/langkah-langkah serta pencegahan penularan yang dilakukan untuk mencegah TBC, Vaksin TBC. Informasi didalamnya bersifat penting terutama untuk audiens agar mendapatkan pengetahuan pencegahan yang bisa dilakukan sedini mungkin untuk mencegah TBC terjadi kepada mereka.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.9. Postingan Tema Pencegahan TBC Periode 7 Juni 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas mengandung pesan sesuai tema yaitu pencegahan TBC. Konten ini diunggah pada 7 Juni 2022 oleh @tbc.indonesia. Engagement yang diperoleh dari konten ini yaitu sebesar 74 likes. Pesan yang disampaikan pada konten ini sesuai dengan tema pencegahan TBC yaitu dengan topik TBC RO.

TBC RO merupakan kondisi dimana kuman/bakteri TBC nya sama dengan TBC biasa namun sudah kebal terhadap obat lini 1. Pencegahan yang pesannya ada pada konten ini penting dikarenakan kondisi ini penyembuhannya lebih lama dibandingkan TBC biasa. Pesan pada tema ini @tbc.indonesia ingin menyampaikan bahwa TBC RO bisa dicegah sebelum terjadi. Dengan begitu pencegahan TBC RO meminimalisir angka yang lebih besar dan pesan penting diterima audiens pasien TBC.



Gambar 4.10. Postingan Tema Pencegahan TBC Periode 15 Juli 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Pada konten di atas, topik yang diangkat yaitu pencegahan terinfeksi TBC jika tinggal serumah dengan orang TBC aktif. Konten tersebut berisi pesan yang termasuk ke dalam tema pencegahan TBC. Konten ini mendapatkan engagement sebesar 24 likes. Konten diunggah pada 15 Juli 2022 oleh @stoptbindonesia.

Konten tema pesan yang disampaikan @stoptbindonesia dimana isi pesan berisi treatment apa yang bisa dilakukan jika audiens mengalami situasi tinggal serumah dengan orang aktif TBC. Pencegahan yang dilakukan yaitu dengan mendapatkan Obat Terapi Pencegahan TBC (TBT). Informasi ini penting untuk diperoleh agar meskipun berada pada situasi tersebut tidak membahayakan orang rumah. Pencegahan ini sebagai upaya menekan angka TBC di Indonesia juga melindungi orang sekitar yang hidup berdampingan dengan pasien TBC.

Tabel 4.7. Pengkategorian Tema Pesan Pencegahan TBC

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.9.	Pencegahan	Yang dilakukan untuk mencegah TBC RO
@stoptbindonesia	Gambar 4.10.	Pencegahan Penularan	Pencegahan untuk orang yang tinggal serumah dengan pasien TBC

Sumber: Olahan Peneliti

### E. Pengobatan TBC

Tema pesan pengobatan TBC pada pengemasan TBC dalam bentuk konten kampanye umumnya berisi tentang obat, Proses penyembuhan dan pengobatan, hingga efek samping dari proses konsumsi obat untuk pasien TBC. Informasi didalamnya bersifat penting terutama untuk audiens agar mengetahui seperti apa penanganan pengobatan TBC sebagai gambaran bahwa TBC berpeluang besar sembuh jika ditangani dengan disiplin dan tepat.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.11. Postingan Tema Pengobatan TBC Periode 8 November 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas mengandung pesan sesuai tema yaitu pengobatan TBC. Konten ini diunggah pada 8 November 2022 oleh @tbc.indonesia. Engagement yang diperoleh dari konten ini yaitu sebesar 138 likes dan 3 comments. Pesan yang disampaikan pada konten ini sesuai dengan tema pengobatan TBC yaitu obat untuk pasien TBC.

Pesan pada konten diatas menjelaskan kepada audiens khususnya pasien TBC mengenai keuntungan obat TBC dalam bentuk Kombinasi Dosis Tetap (KDT)



dimana disampaikan bahwa obat ini sudah menjadi konsep dalam pengobatan TBC. @tbc.indonesia ingin menyampaikan bahwa konsep KDT dalam pengobatan TBC memiliki keuntungan yang berfokus agar pasien dapat disiplin mengonsumsi obat. Kunci dari sembuh TBC yaitu disiplin mengonsumsi obat tepat waktu dan tidak terlewat sekalipun. Dengan adanya penyampaian pesan konsep obat KDT untuk memastikan bahwa semua obat diminum oleh pasien sehingga kepatuhan berobat meningkat dan angka penyembuhan lebih baik.



Gambar 4.12. Postingan Tema Pengobatan TBC Periode 31 Mei 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Pada konten di atas, topik yang diangkat yaitu pengobatan TBC jika dengan fokus topik kunci keberhasilan pengobatan TBC. Konten tersebut berisi pesan yang termasuk ke dalam tema pengobatan TBC berisi prinsip yang sesuai dengan anjuran pengobatan TBC. Konten ini mendapatkan engagement sebesar 140 likes dan 2 comments. Konten diunggah pada 31 Mei 2022 oleh @stoptbindonesia.

Pesan dengan tema pengobatan TBC yang disampaikan pada konten di atas sebagai motivasi untuk pasien TBC dalam melakukan pengobatan agar lekas pulih. Dalam konten ini, @stoptbindonesia ingin menyampaikan pesan bahwa ada 3 prinsip yang bisa diikuti oleh pasien TBC sebagai kunci keberhasilan pengobatan TBC. 3 prinsip tersebut antara lain yaitu tepat waktu, tepat cara, dan tepat dosis dan dalam konten pesannya diberi pengertian untuk diterima audiens. Pesan ini sebagai upaya @stoptbindonesia menyampaikan ke audiens agar dalam pasien TBC mengutamakan prinsip-prinsip tersebut demi kesembuhan.



Tabel 4.8. Pengkategorian Tema Pesan Pengobatan TBC

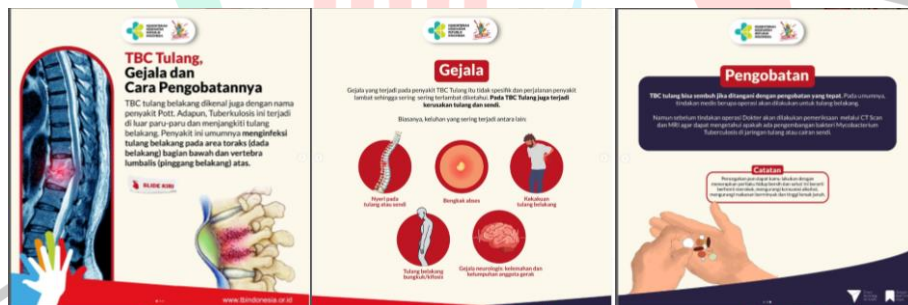
Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.11.	Obat TBC	3 keuntungan obat TBC KDT
@stoptbindonesia	Gambar 4.12.	Pengobatan	3 kunci keberhasilan pengobatan TBC

Sumber: Olahan Peneliti

## F. Jenis TBC

Tema pesan jenis TBC pada pengemasan TBC dalam bentuk konten kampanye umumnya berisi tentang seperti apa jenis TBC. Masuknya, ternyata TBC tidak hanya menyerang organ paru melainkan bisa ke orang lain yang membedakan jenis TBC apa yang dihadapi. Informasi didalamnya bersifat penting terutama untuk audiens agar mengetahui jenis TBC serta bagaimana hal tersebut terjadi khususnya yang menyerang organ selain paru.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.13. Postingan Carousel Tema Jenis TBC Periode 19 Agustus 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas mengandung pesan yang sesuai dengan tema jenis TBC. Konten ini diunggah pada 19 Agustus 2022 oleh @tbc.indonesia. Engagement yang diunggah pada konten ini yaitu sebesar 212 likes dan 32 comments. Pesan pada konten ini berisi topik jenis TBC dimana bakteri/kuman TBC menyerang orang diluar paru.

Pada konten ini, @stoptbindonesia ingin menyampaikan kepada audiens jenis TBC yang mana kuman/bakterinya menyerang organ tulang, yang disebut TBC tulang. TBC tulang belakang disebut juga sebagai pott dimana penderita akan

merasakan nyeri pada tulang belakangnya. Konten ini sebagai bentuk pengetahuan kepada audiens tentang TBC tulang dimana kondisi ini tergolong berbahaya dikarenakan dapat mengakibatkan kelumpuhan atau bisa kematian. Dengan adanya konten ini yang berisi gejala hingga cara pengobatan untuk penderitanya agar audiens dapat lebih waspada tentang TBC jenis ini dan mendapatkan pengobatan yang tepat.



Gambar 4.14. Postingan Tema Jenis TBC Periode 23 Agustus 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Pada konten di atas mengandung pesan yang sesuai dengan tema jenis TBC. Konten ini diunggah pada 23 Agustus 2022 oleh @stoptbindonesia. Engagement yang diunggah pada konten ini yaitu sebesar 76 likes dan 9 comments. Pesan pada konten ini berisi topik jenis TBC dimana bakteri/kuman TBC menyerang orang diluar paru yaitu organ vital otak. .

Pada @stoptbindonesia, ditemukan juga konten yang menyampaikan adanya jenis TBC yang menyerang organ lain yaitu otak. Konten di atas menyampaikan indikasi gejala yang pasien dengan TBC otak alami dimana juga gejalanya disertai gangguan syaraf. Melalui konten ini @stoptbindonesia berupaya menyampaikan gejala yang jika audiens mengalaminya sebagai indikasi terkena TBC otak. Perbedaan tipe konten pesan pada tema ini dari @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia yaitu @tbc.indonesia menyertai gejala dan pengobatannya sedangkan @stoptbindonesia hanya menyampaikan pesan tentang gejala jenis tbc saja.

Tabel 4.9. Pengkategorian Tema Pesan Jenis TBC

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.13.	Jenis TBC organ tulang	pengertian, gejala, dan pengobatan
@stoptbindonesia	Gambar 4.14.	Jenis TBC organ otak	gejala yang dialami pasien TBC otak

Sumber: Olahan Peneliti

#### 4.2.2.2. Bentuk Konten

Dalam penelitian ini, yaitu menggunakan Instagram sehingga penentuan bentuk kontennya dipilih oleh peneliti yaitu gambar, video, dan carousel. Gambar merupakan bentuk konten dimana objek di dalamnya tidak bergerak. Didalamnya juga didukung oleh format tulisan, grafis, maupun animasi sebagai medium untuk menyampaikan pesan. Video merupakan bentuk konten dimana objek di dalamnya bergerak dan didukung oleh format tulisan, grafis, maupun animasi sebagai medium untuk menyampaikan pesan. Dan yang terakhir, carousel dimana dalam 1 unggahan terdapat lebih dari 1 gambar maupun video dengan maksimal 10.

Setelah melakukan pengelompokan konten berdasarkan bentuk konten dari setiap unit analisis, hasil angka yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10. Jumlah Postingan Berdasarkan Bentuk Konten

Kategori	Indikator	Definisi	Jumlah Postingan	
			@tbc.indonesia	@stoptbindonesia
Bentuk Konten	Gambar	Foto atau hasil desain grafis tidak bergerak	26	75
	Video	Gambar Hidup, bergerak, didukung audio	11	8
	Carousel	Lebih dari 1-10 unggahan dalam 1 konten	71	8

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil temuan mengenai bentuk konten yang dilakukan peneliti, pengemasan pesan di Instagram bagi @tbc.indonesia didominasi oleh bentuk carousel. Hal tersebut dikarenakan segala konten dengan bentuk carousel berisi informasi yang isinya cukup banyak dan detail. Sehingga, membutuhkan ruang yang lebih banyak. Keputusan pemilihan bentuk konten carousel agar informasi langsung disampaikan dalam satu konten sehingga tidak terpotong. Informasi @tbc.indonesia pesannya banyak dan menyeluruh mengenai suatu topik agak pemaparannya secara sekaligus disampaikan. Sedangkan, @stoptbindonesia segala informasinya dikemas hanya 1 gambar dengan poin penting yang ringkas dan jelas.

#### A. Bentuk Gambar

Konten dalam bentuk gambar biasanya diilustrasikan dengan gambar tidak bergerak dan sebuah teks didalamnya sebagai penjelasannya. Pada bentuk ini, konten umumnya diilustrasikan tetap sesuai untuk mendeskripsikan tulisan. Meskipun begitu, pada konten bentuk ini didominasi gambar dibandingkan tulisan. Pada konten ini diharapkan audiens dapat mengerti maksud pesan dengan melihat konten tersebut.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.15. Postingan Bentuk Gambar Periode 2 November 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas merupakan bentuk gambar yang berisi pesan penyakit TBC. Konten ini diunggah oleh @tbc.indonesia pada 2 November 2022. Engagement yang

didapatkan oleh konten ini yaitu sebesar 418 likes dan 37 comments. Konten ini mengandung unsur grafis dengan tulisan yang ada pada @tbc.indonesia.

Pada konten di atas, berisi topik tips minum obat pasien TBC yang terdapat grafis yang mencerminkan orang sedang minum obat. Hal tersebut menguatkan bahwa konten ini dalam bentuk gambar dimana objek tidak bergerak. Isi pesan disampaikan melalui tulisan yang menjadi penjabaran maksud isi konten. Oleh karena itu, konten di atas disebut sebagai gambar.



Gambar 4.16. Postingan Bentuk Gambar Periode 20 September 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Konten di atas menunjukkan bentuk gambar. Diunggah pada 20 September 2022 oleh @stoptbindonesia. *Engagement* yang diperoleh konten ini yaitu sebesar 47 likes di Instagram. Konten ini didominasi mengandung unsur grafis dengan tulisan yang ada pada @stoptbindonesia.

Topik yang disampaikan pada konten di atas berisi tentang berbagai usia yang rentan tertular TBC, dimana grafis menggambarkan usia manusia yang sesuai dengan topik tersebut. Tulisan didalamnya hanya sebagai pelengkap untuk memberikan penjelasan singkat agar dipahami audiens. Objek tidak bergerak pada konten ini termasuk ke dalam bentuk gambar yang isi pesannya disampaikan melalui tulisan. Meskipun begitu, masih didominasi grafis untuk menggambarkan objek di dalam kontennya.

Tabel 4.11. Pengkategorian Bentuk Konten Gambar

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.21.	Gambar dominasi Tulisan tidak bergerak	Penjelasan tips minum obat TBC
@stoptbindonesia	Gambar 4.22.	Gambar dominasi grafis tidak bergerak	Usia yang rentang tertular TBC

## B. Bentuk Video

Konten kampanye kesehatan penyakit TBC dalam bentuk video merupakan objek bergerak dengan tulisan, gambar, grafis, dan didukung audio. Fungsi dari video dalam bentuk ini adalah untuk memberikan tanggapan (feedback) terhadap teks yang ada pada gambar. Sementara itu, jika gambar menampilkan objek yang menggambarkan sebuah fenomena atau ekspresi, maka video digunakan untuk memberikan respons dengan menggunakan ekspresi dan/atau gerakan dalam bentuk gambar bergerak.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.17. Postingan Bentuk Konten Video Periode 18 September 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Gambar diatas menunjukkan postingan video yang masih berkaitan dengan kampanye kesehatan penyakit TBC di @tbc.indonesia & diunggah pada 18 September 2022. Dapat dilihat ilustrasi yang digambarkan pada konten ini tergolong dalam bentuk video. Sesuai dengan tampilannya, konten ini diilustrasikan bahwa objek bergerak dan terdapat audio. Objek didalam video merupakan orang yang

menyampaikan pesan. Pada video ada gambar tidak bergerak (gambar) dan gambar bergerak (video). Gambar tidak bergerak (gambar) pada konten ini memperlihatkan sebuah tangkapan layar dari komen dan ada tulisan di atasnya. Selain gambar, konten dikemas dalam bentuk video yang menampilkan seorang *talent* sebagai perantara menjawab pertanyaan yang ada pada konten.

Pada gambar itu diasumsikan sebagai penjelasan mengenai isi konten yaitu menjawab pertanyaan. Sedangkan, untuk gambar bergerak yaitu talent diasumsikan sebagai jawaban. Video ini memiliki suara talent yang menginformasikan jawaban dari pertanyaan tersebut. Pergabungan ini digunakan @tbc.indonesia untuk menyampaikan isi pesan melalui sebuah kalimat dalam gambar, lalu mengekspresikan perasaannya menggunakan video.



Gambar 4.18. Postingan Bentuk Konten Video Periode 18 Mei 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Gambar diatas menunjukkan postingan video yang masih berkaitan dengan kampanye kesehatan penyakit TBC khususnya untuk kegiatan kampanye di @stoptbindonesia & diunggah pada 18 Mei 2022. Dapat dilihat ilustrasi yang digambarkan pada konten ini tergolong dalam bentuk video. Sesuai dengan tampilannya, konten ini diilustrasikan dalam gambar tidak bergerak (gambar) dan gambar bergerak (video). Gambar tidak bergerak (gambar) pada konten ini



memperlihatkan terdapat tulisan sebagai awalan pertanyaan Selain gambar, konten dikemas dalam bentuk video yang menampilkan beberapa *talent* dari Kader TBC dan sekretarisnya sebagai perantara menjawab pertanyaan yang ada pada konten berdasarkan pengetahuan mereka.

Pada gambar itu diasumsikan sebagai penjelasan mengenai isi konten yaitu menjawab pertanyaan. Kemudian, untuk gambar bergerak yaitu *talent* diasumsikan sebagai jawaban. Video ini memiliki suara dari *talent* yang menginformasikan jawaban dari pertanyaan tersebut. Pergabungan ini digunakan @stoptbindonesia untuk menyampaikan isi pesan melalui sebuah kalimat dalam gambar, lalu mengekspresikan perasaannya menggunakan video.

Tabel 4.12. Pengkategorian Bentuk Konten Video

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.23.	Video terdapat talent dan elemen tulisan sebagai pendukung	Gambar tidak bergerak menggunakan tangkapan layar pertanyaan dan didukung oleh tulisan juga. Kemudian, untuk gambar bergerak terdapat talent yang menjawab pertanyaan beserta penjelasannya
@stoptbindonesia	Gambar 4.24.	Video terdapat talent dan elemen tulisan sebagai pendukung	Gambar tidak bergerak terdapat tulisan dengan pertanyaan yang kemudian dijawab oleh gambar bergerak melalui beberapa talent dengan penjelasan

Sumber: Olahan Peneliti

### C. Bentuk Carousel

Bentuk konten carousel merupakan bentuk konten dimana dalam 1 unggahan postingan terdiri lebih dari 1 unggahan dengan maksimal 10 unggahan. Bentuk



konten ini biasanya dimanfaatkan ketika informasi pesan yang disampaikan tidak cukup hanya dengan 1 unggahan saja. Dalam sekali unggah, bisa terdiri dari full gambar maupun gambar-video. Konten dalam bentuk carousel digunakan ketika dalam kondisi lebih baik diunggah 1x dengan meliputi banyak gambar/gambar-video. Audiens dapat mengakses konten carousel dengan menggeser ke kiri untuk melihat konten selanjutnya.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.19. Postingan Bentuk Carousel Periode 13 Juli 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas terdiri dari 2 unggahan. Konten ini diunggah oleh @tbc.indonesia pada 13 Juli 2022. Engagement yang diperoleh pada konten ini yaitu sebesar 73 likes. Adanya 2 bentuk gambar pada konten tersebut merupakan termasuk ke dalam konten carousel.

Unggahan pertama pada konten tersebut berfungsi sebagai cover/pendahuluan yang mengarah ke unggah selanjutnya. Cover biasanya berisi topik dari apa yang akan dibahas pada konten. Di konten ini, cover meliputi topik faktor resiko tentang anak tertular TBC. Kemudian, ketika digeser untuk melihat informasi di slide selanjutnya, berisi grafis dengan tulisan tentang faktor risiko anak tertular TBC.



Gambar 4.20. Postingan Bentuk Carousel Periode 14 Agustus 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Pada konten di atas, terdapat 2 konten dalam satu unggahan. Konten ini diunggah pada 14 Agustus 2022 oleh @stoptbindonesia. Engagement yang didapatkan konten ini yaitu sebesar 41 likes. Unggahan pertama pada konten ini berisi sebagai penyampaian data yang terdapat unsur tulisan gambar. Dan pada konten kedua sebagai ajak dengan topik utama turut serta untuk mencegah kelompok usia remaja terjangkit TBC, sesuai dengan informasi yang ada di konten pertama. Konten kedua pada bentuk carousel ini sebagai pendukung dari konten di depannya.

Tabel 4.13. Pengkategorian Bentuk Konten Carousel

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.25.	2 Unggahan dalam 1 Konten (carousel)	Berisi dua gambar dimana unggahan pertama sebagai cover dan unggahan kedua sebagai penjelasan topik dari unggahan pertama
@stoptbindonesia	Gambar 4.26.	2 Unggahan dalam 1 Konten (carousel)	Berisi dua gambar dimana unggahan pertama sebagai data dan unggahan kedua sebagai pendukung ajakan yang sesuai dengan konten pertama

Sumber: Olahan Peneliti

### 4.2.3. Berdasarkan Konsep

#### 4.2.3.1 Sifat Pesan

Pada penelitian ini, sifat konten yang ada pada akun Instagram @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia yaitu: informatif, persuasif, dan edukatif. Tema informatif mengangkat tentang informasi yang bersifat penting dengan maksud memberikan penerangan untuk diketahui oleh masyarakat tentang seputar penyakit TBC. Pada tema ini, berisi unsur fakta serta data sesuai yang terjadi dilapangan. Tema edukatif berisi pesan yang berisi pernyataan umum dan nantinya dapat diikuti sebagai bentuk edukasi. Sifat selanjutnya yaitu persuasif dimana pesan berisi ajakan yang mempengaruhi khalayak untuk melakukan sesuatu.

Setelah melakukan pengelompokan konten berdasarkan sifat pesan dari setiap unit analisis, hasil angka yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14. Jumlah Postingan Berdasarkan Sifat Pesan

Kategori	Indikator	Definisi	Jumlah Postingan	
			@tbc.indonesia	@stoptbindonesia
Sifat Pesan	Informatif	Fakta Seputar TBC, gejala TBC, jenis TBC	73	77
	Persuasif	Pengobatan TBC, ajakan pemeriksaan TBC, minum obat, penyembuhan TBC	12	8
	Edukatif	tips, anjuran, langkah-langkah, cara, rekomendasi	23	6

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil temuan pada tabel di atas, kedua akun sama-sama memiliki sifat pesan yang didominasi informatif. Namun jika melihat konten secara menyeluruh, @tbc.indonesia lebih banyak konten dengan fokus edukasi kepada masyarakat mengenai penyakit TBC dibandingkan @stoptbindonesia. Hal tersebut sebagai bentuk @tbc.indonesia untuk membuat audiens terilhami dengan informasi dengan sifat edukatif yang dampaknya langkah awal menuju perubahan kebaikan tentang penyakit TBC. Sedangkan, @stoptbindonesia segala konten pesannya hanya disampaikan untuk memberikan informasi baru kepada audiens agar mereka 'aware' tentang penyakit TBC yang penting, sesuai fakta, dan tidak diketahui sebelumnya.

## A. Sifat Informatif

Sifat informatif dalam pengemasan bentuk konten kampanye umumnya berisi tentang informasi yang penting diterima audiens. Jika dikaitkan dengan penyakit TBC, konten dengan sifat ini informasinya seputar apa saja jenis TBC, ciri-ciri yang perlu diwaspadai sebagai gejala TBC, atau bisa juga data perkembangan TBC di Indonesia maupun dunia. Sifat informatif jika dicerna oleh audiens dapat menimbulkan pemahaman baru untuk mereka terhadap informasi yang sebelumnya belum diketahui masyarakat luas. Apalagi sering disampaikan gejala penderita TBC serupa dengan gejala penyakit ringan. Untuk sifat informatif ini juga bisa berisi informasi tentang kampanye maupun konten tanya-jawab seputar penyakit TBC.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.21. Postingan Sifat Informatif Carousel Periode 7 September 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Pada konten di atas menunjukkan unggahan bersifat informatif tentang informasi seputar TBC yang diunggah 7 September 2022 di Instagram @tbc.indonesia. Konten tersebut memperoleh *engagement* sebanyak 233 *likes* dan 7 *comments*. Konten ini bersifat informatif dikarenakan berisi tentang informasi mitos seputar TBC yang beredar di masyarakat. Informasi didalamnya berisi informasi mitos yang langsung diberikan penjelasan terkait fakta sebenarnya supaya audiens tidak termakan mitos.

Penyakit TBC banyak diselimuti oleh mitos yang beredar dalam masyarakat. Apalagi, mitos yang beredar didominasi dengan informasi negatif tentang penyakit ini. Adanya mitos menunjukkan bahwa masyarakat belum memahami seperti apa

penyakit TBC sehingga mereka tidak *aware* apakah informasi tersebut benar atau salah. Melalui konten ini, @tbc.indonesia ingin memberikan ilham supaya masyarakat tidak dihantui mitos seputar TBC melainkan sudah mendapatkan informasi yang tepat.

Contohnya yaitu mitos bahwa TBC merupakan penyakit yang tidak bisa disembuhkan. Padahal faktanya adalah penyakit TBC bisa disembuhkan jika penderita mendapatkan penanganan dan minum obatnya secara rutin dalam jangka waktu tertentu. Kepercayaan jika penyakit TBC tidak bisa sembuh akan menimbulkan kepanikan di masyarakat. Dengan memberikan informasi benar, kekhawatiran masyarakat menjadi berkurang dan memiliki kepercayaan bagi penderitanya bahwa TBC bisa sembuh total.



Gambar 4.22. Postingan Sifat Informatif Periode 22 April 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Unggahan di atas adalah konten yang diposting oleh @stoptbindonesia, di mana konten tersebut mengandung sifat pesan informatif dan diunggah pada 22 April 2022. Konten tersebut memperoleh *engagement* sebesar 17 *likes*. Informasi pada konten ini berkaitan dengan penyakit TBC dan hubungannya pada menjalani ibadah puasa. Dimana fokusnya pada untuk menjawab penderita TBC sembari menunaikan ibadah puasa tanpa mengganggu pengobatan.

Sifat informatif pada pesan di konten ini menargetkan untuk penderita TBC yang ingin pulih dari penyakit ini tanpa mengganggu menjalani ibadah puasanya. Konten ini berisi pesan bahwa ada anjuran bagi mereka ingin berpuasa dengan TBC yaitu pertama-tama bisa berkonsultasi terlebih dahulu ke dokter, mengatur jadwal minum obat yang sudah disesuaikan dengan saran dokter, dan minum obat tepat waktu. Pesan pada konten ini menunjukkan bahwa dengan memiliki TBC tidak akan

mengganggu aktivitas sehari-hari penderita bahkan untuk melakukan ibadah puasa. Dengan kedisiplinan, masyarakat tidak perlu khawatir berpuasa tanpa takut keadaan menjadi lebih buruk.

Dari konten ini sesuai dengan konsep penelitian yaitu sifat informatif. Tentu saja informasi penting seperti ini perlu disebarluaskan ke audiens. Apalagi, ibadah puasa merupakan kegiatan tahunan yang wajib dilaksanakan hukumnya bagi mereka yang memeluk agama islam. Hal ini guna memberikan informasi bahwa tidak apa-apa untuk tetap menjalani puasa bagi mereka yang sedang berjuang sembuh dari TBC.

Tabel 4.15. Pengkategorian Sifat Pesan Informatif

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.15.	Mitos seputar TBC	Mitos yang beredar di masyarakat seputar TBC dan menjawab dengan informasi benar
@stoptbindonesia	Gambar 4.16.	Menjalani puasa untuk penderita TBC	Yang bisa dilakukan penderita TBC jika ingin berpuasa

Sumber: Olahan Peneliti

## B. Sifat Persuasif

Pada penelitian ini, konten bisa dikatakan mengandung sifat persuasif apabila isi pesan yang terdapat didalamnya memiliki konteks ajakan untuk melakukan sesuatu. Pesan sifat persuasif dikuatkan dengan adanya CTA (call to action) didalamnya. Konteks-konteks tersebut bisa berupa pesan ajakan bagi penerima pesan. Dalam hal ini juga sifat persuasif membuat khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.23. Postingan Sifat Persuasif Carousel Periode 5 April 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas mengandung sifat pesan persuasif. Konten yang diunggah pada 5 April 2022 oleh @tbc.indonesia. Engagement yang diperoleh yaitu 109 likes dan 5 comments. Pesan di dalam konten ini termasuk ke dalam persuasif untuk audiens pasien TBC agar tidak lupa meminum obat.

Pada konten ini, topik utama yaitu ajakan agar pasien TBC tetap meminum obat ketika sedang menjalankan puasa. Anjuran ini pada konten dibuat pengemasan pesannya bahwa dengan menjalankan puasa pasien TBC masih tetap wajib untuk tidak berhenti minum obat. Yang bisa dilakukan pasien yaitu dengan menyesuaikan saran dari dokter sesuai kondisi pasien sebaiknya seperti apa. Dengan begitu, pasien TBC tidak perlu khawatir bahwa puasa dapat mengganggu pengobatan melainkan justru mengajak pasien TBC untuk minum obat didalam keadaan tersebut.



Gambar 4.24. Postingan Sifat Persuasif Periode 21 September 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Gambar di atas merupakan salah satu konten dengan mengandung pesan sifat persuasif yang diunggah @stoptbindonesia pada 21 September 2022. Engagement pada konten tersebut yaitu terdapat 36 likes. Konten diatas berisi pesan gejala indikasi terjangkit TBC. CTA pada konten tersebut berfokus untuk mengajak audiens segera



memeriksa diri ke dokter jika mengalami gejala supaya dapat penanganan sebelum terlambat.

Gambar diatas merupakan konten dengan sifat persuasif yang berkaitan dengan kampanye kesehatan penyakit TBC. Ditunjukkannya ada apa saja gejala yang dialami orang dengan TBC dijelaskan secara detail dan juga didukung dengan CTA memeriksa diri ke dokter atau audiens bisa juga mencari tahu lebih detail. Akun @stoptbindonesia mengundang untuk audiens mengakses link yang ada pada konten agar mengetahui lagi lebih detail seperti apa gejala TBC sehingga jika mereka mengalaminya dapat periksa ke dokter sesegera mungkin. Konten ini dianggap penting karena masyarakat diharapkan tidak memiliki keraguan untuk memastikan apakah berdasarkan gejala yang dialami merupakan TBC atau tidak sehingga jika memang iya, maka penanganan langsung dilakukan agar peluang sembuh juga semakin besar.

Tabel 4.16. Pengkategorian Sifat Pesan Persuasif

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@stoptbindonesia	Gambar 4.17	Ajakan Obat	Meminum ajakan agar tetap minum obat rutin meskipun sedang berpuasa
@stoptnindonesia	Gambar 4.18.	Ajakan Diri	Memeriksa Berisi informasi tentang gejala TBC dan mengajak jika masyarakat mengalaminya segera memeriksakan diri ke dokter.

Sumber: Olahan Peneliti

### C. Sifat Edukatif

Sifat edukatif dalam pengemasan konten kampanye bertujuan agar pesan dipahami sebagai bentuk edukasi. Jika pada informatif informasinya sebagai bentuk pemahaman, untuk sifat edukasi lebih berisi saran yang bisa dilakukan audiens terhadap penyakit TBC. Melalui sifat edukasi ini, audiens dapat tercerahkan untuk dapat mewujudkan pesan tersebut. Sebagai upaya untuk mempengaruhi khalayak dari



suatu pernyataan umum, sifat edukatif diimplementasikan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Hal ini khususnya berlaku dalam kampanye kesehatan penyakit TBC, dengan tujuan untuk membantu mencapai tujuan edukatif yang diinginkan.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.25. Postingan Sifat Edukatif Carousel Periode 1 Oktober 2022 di Instagram @tbc.indonesia

● Pada unggahan di atas, menunjukkan pesan ajakan bagi audiens untuk mewujudkan tindakan apa saja mencegah terjadinya TBC RO. Di dalam konten ini, dicantumkan cara-cara yang bisa dilakukan audiens untuk mencegah terjadinya TBC RO. Terlihat dari konten di atas, visual yang dicantumkan tidak hanya tulisan melainkan juga didukung visual gambar. Hal tersebut agar audiens memiliki gambaran terhadap pesan yang ada pada konten.

Dari sana jika dilihat sesuai dengan kajian konsep penelitian ini, pesan dikemas untuk tujuan yang bersifat edukatif. Konteks pesan yaitu bisa melakukan pemeriksaan jika bergejala TBC, minum obat TBC hingga sembuh, patuhi saran dokter dan petugas kesehatan, serta berperilaku sehat. Pemilihan pesan edukatif yang disebar oleh @tbc.indonesia sebagai upaya agar audiens mewujudkannya ke dalam kehidupan sehari-hari. Output yang diharapkan dari sifat pesan edukatif yaitu audiens dapat menerapkannya.

Penerapan dari sifat pesan edukatif ini dijalankan sebagai bentuk pencegahan TBC RO. Nantinya, jika secara disiplin dilaksanakan memunculkan potensi penurunan angka penyakit TBC di Indonesia terutama yang berstatus terjangkit TBC. Pencegahan dilakukan dengan memfokuskan pesan pasien TBC RO perlu perhatian

khusus. Dengan menerapkannya dari edukatif pesan ini semata-mata melindungi pasien dan orang disekelilingnya.



Gambar 4.26. Postingan Sifat Edukatif Periode 23 Juni 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Gambar diatas merupakan unggahan konten sifat edukatif dari @stoptbindonesia yang diunggah pada 23 Juni 2022. *Engagement* yang diperoleh pada 53 likes dan 3 comments. Pesan di dalam konten tersebut berisi mengenai tips untuk tinggal dalam satu rumah bersama orang dengan TBC. Fokus yang dituju melalui pesan ini yaitu ingin menyampaikan bahwa aman bagi mereka yang serumah dengan orang TBC jika memahami tindakannya seperti apa.

Sifat edukatif ini berisi tips yang ingin menyampaikan saran untuk diikuti. Pesan berisi 4 poin utama juga ada beberapa poin penunjang yang menjadi fokus saran untuk diikuti. Visual konten juga mendukung tujuan sifat edukatif yaitu dengan menunjukkan 2 (dua) orang saling memandang sebagai menjelaskan merawat pasien TBC di rumah. Poin edukatif yang disorot pada konten tersebut yaitu buka jendela agar dalam rumah terpapar sinar matahari, tidak menerima tamu hingga pasien dinyatakan dokter tidak menular, berkonsultasi untuk mendapatkan pemeriksaan TBC dengan dokter, dan poin-poin saran yang bisa dilakukan pasien TBC.

Berdasarkan pesan edukatif tersebut, @stoptbindonesia ingin memberikan pemahaman bahwa aman untuk tinggal serumah bersama orang dengan TBC. Sifat pesan edukatif itu didukung dengan sugesti yang bisa dilakukan orang rumah dalam tinggal bersama penderita TBC. Melalui pesan ini, @stoptbindonesia ingin menyampaikan tidak perlu khawatir untuk tertular selama disiplin mengikuti anjuran. Apabila ditinjau dari konsep peneliti sifat edukatif, maka konten diatas termasuk ke dalam salah satu diantaranya.

Tabel 4.17. Pengkategorian Sifat Pesan Edukatif

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.19.	Cara	Menyampaikan sugesti cara untuk mencegah TBC RO
@stoptbindonesia	Gambar 4.20.	Tips	Tips sugesti yang bisa berguna bagi orang serumah dengan pasien TBC

Sumber: Olahan Peneliti

#### 4.2.3.2. Tanggapan Pesan

Dalam penelitian ini, tanggapan terhadap konten menjadi salah satu elemen yang digunakan peneliti untuk memahami cara pengemasan pesan oleh akun @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia dalam kampanye kesehatan. Tanggapan ini akan dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif (content analysis) untuk mengobservasi bagaimana audiens merespons konten kampanye kesehatan dari kedua akun tersebut. Relevansi konten terhadap indikator dalam alat ukur akan dievaluasi berdasarkan jumlah likes dan komentar yang muncul pada postingan konten yang menjadi objek analisis.

Setelah melakukan pengelompokan konten berdasarkan tanggapan dari setiap unit analisis, berikut adalah hasil angka yang diperoleh:

Tabel 4.18. Jumlah Postingan Berdasarkan Tanggapan Pesan

Kategori	Indikator	Definisi	Jumlah Postingan	
			@tbc.indonesia	@stoptbindonesia
Tanggapan Pesan	Positif	Kata – kata dukungan, pujian, tawaan - Jumlah likes pada konten, persetujuan, pengalaman	99	85

	n baik		
Negatif	Kalimat agresif, penolakan, dan cacian, ketidaksetujuan, keluhan serta pengalaman buruk	9	6

Sumber: Olahan Peneliti

### A. Tanggapan Positif

Tanggapan positif terhadap konten dapat dikenali dari adanya kalimat dukungan terhadap konten yang telah diunggah. Kalimat-kalimat tersebut digunakan untuk mengekspresikan persetujuan seseorang terhadap pesan yang terdapat dalam konten. Respon positif ini bisa berupa tawa, pujian, atau pernyataan dukungan dari audiens. Hal ini biasanya terjadi karena audiens menganggap konten tersebut lucu dan menghibur, atau mereka menilai konten tersebut sebagai sumber informasi yang bermanfaat.

Berikut adalah hasil analisisnya:



Gambar 4.27. Postingan Carousel Periode 26 September 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Konten di atas berhasil mendapatkan tanggapan positif dari audiens di akun @tbc.indonesia. Dilihat dari jumlah likes dan komentar pada unggahan tersebut, terdapat 115 likes dan 8 komentar, menunjukkan tingkat engagement yang cukup baik. Banyaknya jumlah likes menunjukkan bahwa audiens sangat antusias terhadap pesan yang ada dalam konten tersebut. Selain itu, kolom komentar juga

mencerminkan antusiasme para audiens, dan mereka merasa memiliki keterhubungan dengan pesan yang disampaikan oleh @tbc.indonesia.

Berikut beberapa contoh tanggapan berupa komentar positif dari audiens di unggahan ini:



Gambar 4.28. Komentar Positif

Berdasarkan beberapa komentar di atas menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang merasa memiliki kesamaan dengan apa yang terdapat dalam meme. Audiens merasa bahwa dirinya tidak sendirian karena banyak yang mengalami hal serupa, yaitu tetap berada di rumah ketika libur natal dan tahun baru dirayakan oleh seluruh dunia. Terlihat dari banyaknya audiens yang berkomentar “aku”, “saya”, dan “gw”. Kata tersebut merujuk kepada diri mereka sendiri, sebagai orang yang mengalami hal serupa. Dari sini dapat disimpulkan bahwa hampir dari seluruh masyarakat menyetujui dan merasa memiliki hubungan keterikatan dengan pesan yang disampaikan dalam konten kampanye. Sehingga memunculkan banyak tanggapan positif dari audiens.



Gambar 4.29. Postingan Periode 20 Oktober 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Konten di atas mendapatkan tanggapan positif dari audiens pada @stoptbindonesia. Dilihat dari likes dan komentar pada unggahan tersebut, ada 38 likes dan komen yang diperoleh sebagai engagement. Banyaknya jumlah likes memperlihatkan bahwa audiens antusias terhadap pesan yang ada pada konten tersebut. Sedangkan, pada kolom komentar para audiens juga antusias dan merasa memiliki hubungan (related) dengan pesan yang disampaikan oleh @stoptbindonesia.

Berikut beberapa contoh tanggapan berupa komentar positif dari audiens di unggahan ini:



Gambar 4.30. Komentar Positif

Komen di atas menunjukkan keterkejutan akan informasi baru yang diperoleh audiens. Hal tersebut respon positif yang ditunjukkan terhadap informasi. Adanya

emoticon sebagai pendukung untuk mengekspresikan ungkapan positif pada unggahan ini. Dari sini dapat disimpulkan bahwa para audiens merasa setuju dan terhibur akan postingan konten ini. Sehingga, hal ini membuktikan bahwa audiens dapat informasi baru yang diperoleh.

Tabel 4.19. Pengkategorian Tanggapan Pesan Positif

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.28.	Likes dan Komentar dukungan	Likes menunjukkan setuju dan menyukai konten kampanye. Sedangkan komentar dukungan terhadap situasi yang dijelaskan audiens.
@stoptbindonesia	Gambar 4.30.	Likes dan Pujian	Likes menunjukkan setuju dan menyukai konten kampanye. Sedangkan pujian terhadap informasi baru yang diperoleh audiens.

Sumber: Olahan Peneliti

## B. Tanggapan Negatif

Tanggapan negatif dapat terlihat dari adanya kalimat yang tidak mendukung terhadap suatu pernyataan atau peristiwa tertentu. Kalimat-kalimat tersebut digunakan untuk mengekspresikan ketidaksetujuan atau penolakan terhadap suatu pernyataan yang diterima. Respon negatif terhadap humor dapat terjadi karena anggapan bahwa humor tersebut tidak lucu dan terkesan lebih menyinggung atau merugikan (aversive) bagi mereka. Tanggapan negatif ini dapat berupa elakan, kalimat yang menghina, hinaan, atau cacian.

Berikut adalah hasil analisisnya:





Gambar 4.31. Postingan Periode 4 Februari 2022 di Instagram @tbc.indonesia

Pada konten yang ada di atas, sebenarnya tidak ada yang salah pada pesan yang disampaikan oleh @tbc.indonesia. Namun dalam kolom komentarnya, terdapat keluhan yang dilontarkan audiens sebagai pengalaman buruk yang dialaminya. Meskipun jumlah likes terbilang cukup banyak namun masih terdapat komentar tersebut yaitu:



Gambar 4.32. Komentar Negatif

Komentar di atas menunjukkan keluhan yang dialami oleh audiens. Hal tersebut ditunjukkan dengan pengalaman buruk yang terjadi sehingga diungkapkan melalui komentar buruk. Tujuannya yaitu untuk menemukan solusi terhadap situasi yang dialami audiens tersebut.





Gambar 4.33. Postingan Periode 19 Agustus 2022 di Instagram @stoptbindonesia

Pada konten yang ada di atas, juga bahwa sebenarnya tidak ada yang salah pada pesan yang disampaikan oleh @stoptbindonesia. Namun dalam kolom komentarnya, terdapat keluhan yang dilontarkan audiens sebagai pengalaman buruk yang dialaminya mengenai penularan penyakit TBC yang sesuai dengan topik isi pesan pada konten. Komentar yang disampaikan dalam unggahan tersebut yaitu:



Gambar 4.34. Komentar Negatif

Komentar di atas menunjukkan pengalaman dan pandangan buruk yang dialami oleh audiens. Hal tersebut ditunjukkan dengan pendapatnya yang berkaitan dengan topik mengenai mitos penularan TBC. Pandangan tersebut sebagai ekspresi dan pembenaran bahwa masih banyak mitos yang berada di masyarakat, bahkan

hingga dokter pun tidak luput dalam menyampaikan informasi keliru tersebut dan memunculkan kekecewaan.

Tabel 4.20. Pengkategorian Tanggapan Pesan Negatif

Akun Instagram	Gambar	Kategori	Deskripsi
@tbc.indonesia	Gambar 4.32.	Keluhan/Pengalaman Buruk	Tanggapan berupa komentar yang berisi pengalaman buruk audiens
@stoptbindonesia	Gambar 4.34.	Pengalaman Buruk	Pandangan tentang mitos penularan TBC

Sumber: Olahan Peneliti

### 4.3. Pembahasan Penelitian

Setelah melakukan analisis mengenai penggambaran pesan konten kampanye kesehatan penyakit TBC pada akun Instagram @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia, yang meliputi sifat pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten pada sub bab sebelumnya, pada bagian ini peneliti akan menguraikan pembahasan terkait cara pengemasan pesan konten kampanye kesehatan penyakit TBC di kedua akun tersebut. Hasil analisis isi secara keseluruhan telah ditunjukkan dalam Tabel 4.2, yang berisi hasil analisis mengenai penggambaran pesan konten kampanye.

Berikut ini peneliti menyajikan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya:

#### 4.3.1. Berdasarkan Data

Pada penelitian ini, indikator yang berdasarkan data peneliti dapatkan berdasarkan hasil observasi di akun Instagram @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia. Komponen yang lahir melalui data yang diperoleh sesuai dengan penelitian untuk tema pesan dan bentuk konten sebagai penyampaian pesan.

## A. Tema Pesan

Tema pesan adalah representasi inti atau ide dasar dari sebuah gagasan atau cerita. Tema pesan mencerminkan gagasan atau pendapat yang disampaikan melalui bentuk komunikasi, menjadi dasar bagi pengarang dalam menceritakan cerita yang mereka sampaikan (Agus, 2007:37). Hasil temuan di dalam penelitian ini berdasarkan data melalui observasi langsung pada akun @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia mengenai pemetaan tema pesan tentang penyakit TBC pada kampanye di konten kedua akun tersebut. Dari situ, pemetaan tema pesan yang ditemukan dan menjadi indikator yaitu ditemukan ada tentang Tips, Fakta TBC, TBC pada Anak dan Bayi, Pencegahan TBC, Pengobatan TBC, dan Jenis TBC.

Tema pesan yang digunakan baik oleh @tbc.indonesia maupun @stoptbindonesia menggambarkan isi pesan informasi tentang kampanye kesehatan penyakit TBC di media sosial untuk menekan angka TBC di Indonesia. Masih kurangnya edukasi terkait penyakit TBC secara merata membuat masyarakat awam kurang sadar akan kondisi sekitar khususnya TBC. Padahal, penyakit TBC bisa menjangkit siapa saja mulai dari anak-anak hingga lansia. Fakta yang tersebar secara luas justru mengkhawatirkan, padahal tidak semua informasi valid dan bisa dibuktikan kebenarannya apalagi mengenai penyakit TBC.

Mitos yang mengintai penyakit ini dimasyarakat terbilang cukup banyak. Akibatnya, banyak masyarakat yang mempercayai informasi mitos tersebut sehingga mengakibatkan tidak mendapatkan penanganan pengobatan secara tepat. Belum lagi pasien TBC menjadi dikucilkan di masyarakat. Kondisi tersebut memprihatinkan dan berefek kepada kesehatan mental pasien TBC. Atas dasar tersebut, dengan bersinergi kepada program pencegahan TBC di Indonesia maka hadirlah kampanye kesehatan sebagai upaya pencegahan dan edukasi yang diberikan kepada masyarakat melalui media sosial yang diadakan oleh @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti telah melakukan analisis pada pembahasan sebelumnya. Konten yang paling banyak disampaikan oleh @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia yaitu bertema fakta TBC. Pesan dengan fakta TBC menyuguhkan

informasi penting seputar penyakit TBC yang perlu diketahui publik. Informasi yang disampaikan detail dan terperinci dengan penyusunan pesan mudah dimengerti audiens. Hal ini bertujuan agar audiens disuguhkan fakta dan menepis mitos yang beredar di masyarakat. Sehingga hal tersebut tidak meresahkan khalayak dengan mitos yang tidak terbukti kebenarannya. Melalui tema lainnya juga menunjukkan bahwa pesan TBC bisa dikemas menyesuaikan kedalam mana dengan ruang lingkup komunikasi kesehatan yaitu pencegahan.

## **B. Bentuk Konten**

Sama seperti tema pesan, untuk bentuk konten juga berdasarkan data dari observasi langsung ke laman Instagram konten kampanye @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia. Diawali dari bentuk pesan, dimana dikarenakan untuk proses komunikasi memerlukan pesan untuk disampaikan ke target komunikasi. Disini, pesan disampaikan melalui konten di Instagram pada fitur feed dalam bentuk konten sebagai medianya. Proses komunikasi memerlukan media karena media merupakan sarana penyampaian dan penerimaan pesan. Menurut Putri (2022), kehadiran media telah mempermudah dan meningkatkan efektivitas serta kelancaran proses komunikasi.

Bentuk konten yang ada pada @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia penentuannya disesuaikan dengan strategi menyampaikan pengemasan pesan. Konten yang diposting di media sosial Instagram @stoptbindonesia dan @tbc.indonesia menggunakan berbagai bentuk konten untuk menggambarkan pesan yang ingin disampaikan oleh akun-akun tersebut. Pesan-pesan tersebut dikemas dalam bentuk yang diinginkan untuk tujuan komunikasi kepada audiens.

Pesan yang ingin disampaikan dengan cara yang sederhana dapat diungkapkan melalui gambar yang menggambarkan ilustrasi secara lengkap dalam satu gambar. Meskipun demikian, gambar-gambar tersebut memerlukan tingkat pemahaman lebih bagi para audiens yang melihatnya. Di dalam gambar, terdapat unsur tulisan sebagai

pendukung yang memperkuat pesan mengenai penyakit TBC yang ingin disampaikan.

Bentuk carousel menjadi yang paling banyak oleh @tbc.indonesia. Sedangkan, @stoptbindonesia memiliki bentuk gambar sebagai bentuk dengan jumlah yang paling banyak. Strategi ini digunakan agar isi pesan disampaikan secara penuh dan tidak terputus sehingga masyarakat secara penuh dapat memahaminya. Untuk konten video, ada yang menggunakan talent dan ada yang menggunakan animasi gambar bergerak serta tidak lupa teks pendukung untuk memudahkan audiens dalam memahami pesan.

Berdasarkan bentuk yang digunakan dan ditemukan oleh kedua akun, peneliti dapat mengetahui bahwa @tbc.indonesia memiliki penyampaian pesan yang lebih baik dibandingkan dengan @stoptbindonesia. Hal tersebut didasari bahwa pemilihan bentuk konten carousel oleh @tbc.indonesia dibuat dikarenakan informasi yang ingin disampaikan detail, jelas, dan penting. Cenderung informasi dalam 1 unggahan carousel banyak namun cariasi informasi dengan data yang dibutuhkan audiens menjadikan @tbc.indonesia strategi penyampaian pesan dalam bentuk konten lebih baik dibandingkan @stoptbindonesia.

#### **4.3.2. Berdasarkan Konsep**

Pada penelitian ini, indikator yang berangkat dari berdasarkan konsep diperoleh melalui tinjauan pustaka. Dimana untuk mendapatkannya berasal dari buku hingga penelitian terdahulu. Kemudian, jika konsep sudah ditemukan maka peneliti gunakan sebagai indikator pada penelitian ini.

##### **A. Sifat Pesan**

Sifat pesan yang ada pada konten kampanye kesehatan TBC di Instagram @tbc.indonesia dan @stoptbindonesia berguna untuk melihat tujuan disampainya pesan melalui konten. Dari sifat pesan pula dapat dilihat bagaimana @stoptbindonesia dan @tbc.indonesia menggunakan cara untuk menyampaikan

pesan kampanye penyakit TBC melalui pesan yang ada pada konten. Sifat pesan yang paling banyak ditemukan di kedua akun yaitu informatif, yang mana mereka berfokus memberikan informasi agar diketahui audiens. Informasinya juga tak hanya secara umum saja melainkan juga secara khusus disampaikan sesuai dengan topik penyakit TBC yang dibahas.

Dari hasil analisis pada sub bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sifat pesan konten yang paling dominan adalah informatif, dan hal ini ditemukan pada kedua akun, yaitu @stoptbindonesia dan @tbc.indonesia. Sifat konten ini bertujuan untuk menambah wawasan target audiens khususnya pasien TBC atau orang yang bersama dengan pasien TBC. Dalam teori dan konsep pengemasan pesan, sifat pesan mengacu pada unsur-unsur dan bentuk pesan. Unsur pesan mencakup kode pesan, isi pesan, dan wujud pesan. Ketika dikaitkan dengan jenis konten yang ditampilkan, pesan tersebut mempunyai makna bagi audiens melalui penggunaan suara, huruf, dan kata yang disusun secara khusus sehingga membawa arti tertentu. Baik akun @stoptbindonesia maupun @tbc.indonesia mengkomunikasikan pesan secara langsung dan lugas dalam kontennya, sehingga dengan jelas menggambarkan inti dari isi pesan tersebut. Selain itu, keduanya mampu mengemas konten dengan baik dari segi pesan dan visual, yang menarik minat audiens untuk mengikutinya.

Isi pesan pada konten kampanye @tbc.indonesia dan @stopindonesia, kedua akun tersebut paham bahwa siapa target mereka yang membutuhkan untuk mendapatkan informasi tersebut. Fokus utama yang ingin dituju sebagai target audiens yaitu pasien TBC, PMO (Pengawas Menelan Obat), audiens yang merasa 'relate' dengan kondisi TBC, dan masyarakat luas.

## **B. Tanggapan Pesan**

Tanggapan konten pada penelitian ini digunakan untuk menguji keberhasilan konten kampanye kesehatan penyakit TBC yang ditampilkan oleh akun @stoptbindonesia dan @tbc.indonesia dalam menarik minat audiens. Fenomena ini dapat diperhatikan melalui respon positif yang diberikan oleh audiens, yang tercermin

dalam jumlah likes, komentar, penyimpanan (save), dan berbagi (share) yang terdapat pada konten tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa cara pengemasan pesan yang digunakan oleh @stoptbindonesia dan @tbc.indonesia sangat menarik dalam aspek konten, visual, dan penyampaian pesan dengan fokus pada topik utama, yaitu penyakit TBC. Hal ini terbukti dari adanya tanggapan positif berupa persetujuan atau respons yang baik terhadap konten di kedua akun tersebut.





