MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi
https://journal.yp3a.org/index.php/MUKASI
e-ISSN 2828-3449 | p-ISSN 2828-3589
Vol. 5 No. 1 (Februari 2026) 113-126
DOI: 10.54259/mukasi.v5i1.5950

Analisis Strategi Komunikasi Komunitas Yayasan Mentari Sehat Indonesia Mengenai Eliminasi TB di Kabupaten Klaten : Perspektif Teori Difusi Inovasi

Hadiba Qotrunnada[1*], Sidiq Setyawan[2]
[1,2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: [1]diba7898@gmail.com, [2*]sidiq.setyawan@ums.ac.id

Abstract

This study aims to determine the communication strategy used by the Mentari Sehat Indonesia Foundation (MSI) in Klaten Regency in its Tuberculosis (TB) elimination program. The background of this study is the high number of TB cases in Klaten Regency, thus emphasizing the importance of communication in disseminating health information, especially regarding Tuberculosis, to the public. This study uses a descriptive qualitative method using Everett M. Rogers' innovation diffusion theory. Data collection techniques include in-depth interviews and observations of cadres and counseling participants. The results of this study indicate that the main innovation used is counseling as a means of conveying information about TB. It has a relative advantage because it can provide knowledge and increase public awareness of TB. The communication channels used are interpersonal communication (face to face) and Instagram social media as a supporting medium. Obstacles experienced include the negative stigma in the community regarding TB. The role of agent of change and opinion leaders greatly influences the acceptance of innovations in the community. Based on the four elements of innovation diffusion consisting of innovation, communication channels, timeframe, and social systems, the communication strategy at the Mentari Sehat Indonesia Foundation (MSI) in Klaten Regency is considered effective in providing knowledge, forming positive attitudes and increasing public awareness of TB.

Keywords*: Communication Strategy, Diffution of Innovation, Tuberculosis Elimination, Counseling, Interpersonal Communication*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai strategi komunikasi yang Yayasan Mentari Sehat Indonesia (MSI) Kabupaten Klaten gunakan dalam upaya program eliminasi Tuberkulosis (TB). Latar belakang dari penelitian ini adalah tingginya angka kasus TB di Kabupaten Klaten sehingga pentingnya peran komunikasi untuk menyebarkan informasi kesehatan terutama mengenai Tuberkulosis kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori difusi inovasi Everett M.Rogers. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap kader dan peserta penyuluhan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi utama yang digunakan adalah penyuluhan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai TB. Memiliki keunggulan relative karena dapat memberi pengetahuan serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penyakit TB.

Submitted: 29-10-2025 | Accepted: 13-11-2025 | Published: 15-02-2026

Saluran komunikasi yang digunakan berupa komunikasi interpersonal (*face to* face) serta media sosial Instagram sebagai media pendukung. Hambatan yang dialami berupa stigma negatif yang ada di masyarakat mengenai penyakit TB. Peran agen perubahan dan *opinion leader* sangat berpengaruh pada penerimaan inovasi di masyarakat. Berdasarkan empat elemen difusi inovasi yang terdiri dari inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial maka strategi komunikasi pada Yayasan Mentari Sehat Indonesia (MSI) Kabupaten Klaten dinilai efektif dalam memberikan pengetahuan, membentuk sikap positif serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penyakit TB.
Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Difusi Inovasi, Eliminasi Tuberkulosis, Penyuluhan, Komunikasi Interpersonal

PENDAHULUAN

Tingginya kasus TBC (*Tuberculosis*) di Indonesia telah menarik perhatian masyarakat. Menurut data Kementerian Kesehatan, pada 2023 Indonesia telah mencapai 1.060.000 kasus dan merupakan yang tertinggi dalam sejarah kasus TBC di Indonesia . Dari jumlah estimasi kasus tersebut yang terkonfirmasi positif TBC adalah sebanyak 824.000 kasus (tbc.indonesia, 2022). TBC merupakan salah satu penyakit menular yang penyebabnya adalah bakteri *Mycobacterium Tuberculosis* yang ditandai dengan gejala seperti batuk, demam, nafsu makan hilang, berat badan menjadi turun, dan sebagainya. Penyakit ini dapat menyebar luas kemana saja dan dapat menyerang siapa saja. Terdapat beberapa kelompok yang memiliki risiko tinggi tertular TB yaitu penderita HIV/AIDS, lansia, orang dengan Diabetes Melitus (DM), dan orang yang sering berkontak langsung dengan pasien TB serta para perokok aktif. TB merupakan penyakit yang dapat menyebabkan kematian apabila penanganannya tidak serius. TB menjadi penyakit menular penyebab kematian nomor 2 di dunia setelah Covid-19 dengan mencapai angka kematian sebesar 134.000 orang (tbc.indonesia, 2022).

TBC utamanya menyerang paru-paru, namun tidak menutup kemungkinan bahwa TBC juga bisa menyerang pada organ tubuh lainnya seperti tulang, kulit, selaput otak, kelenjar getah bening dan sebagainya. Hal ini dapat terjadi ketika bakteri penyebab penyakit TBC keluar dari paru-paru dan masuk ke organ lainnya melalui aliran darah dan biasa dikenal dengan TBC Ekstra Paru. TBC bukanlah penyakit yang dapat diturunkan atau disebabkan oleh keturunan. TBC menular melalui paparan bakteri secara terus-menerus dalam jangka waktu tertentu. Namun, tidak semua orang yang terpapar bakteri akan jatuh sakit, sekitar 10% dari jumlah orang yang terinfeksi yang jatuh sakit dan terkonfirmasi TBC. Sisanya bakteri akan hidup di dalam tubuh seseorang dengan kondisi laten (non-aktif) selama seumur hidup atau dapat berubah aktif ketika kondisi badan sedang lelah atau ketika daya tahan tubuh lemah (tbc.indonesia, 2022).

Dengan tingginya kasus TBC yang ada di Indonesia maka pemerintah menjalankan program eliminasi TBC 2030. Program ini dijalankan oleh Tim Kerja Tuberkulosis Kementerian Kesehatan Direktorat Pencegahan Penyakit Menular Langsung (P2PML). Untuk menjalankan program ini Kementerian Kesehatan bekerja sama dengan komunitas dan yayasan kesehatan untuk mewujudkan eliminasi TBC di Indonesia. Hal ini merupakan salah satu bentuk strategi nasional penanggulangan TBC dengan peningkatan peran serta komunitas, mitra, dan multisector lainnya dalam program penanggulangan TBC. Salah satunya adalah bekerja sama dengan Konsorsium Penabulu – STPI (*Stop TB Partnership Indonesia*) yang merupakan komunitas pendukung eliminasi TBC di Indonesia. STPI mendukung program eliminasi TBC oleh pemerintah dengan berbasis komunitas. STPI juga menaungi berbagai yayasan di tingkat daerah yang memiliki tujuan sama yaitu program eliminasi TBC. Salah satunya adalah Yayasan Mentari Sehat Indonesia yang berada di Jawa Tengah.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Yayasan Mentari Sehat Indonesia merupakan salah satu yayasan yang bergerak di bidang kesehatan, sosial dan pendidikan. Yayasan ini berdiri sejak tahun 2020 di Kota Semarang. Dalam bidang kesehatan Yayasan MSI aktif dalam penanggulangan penyakit menular seperti HIV/AIDS, TBC dan Malaria. Dalam program eliminasi TB, Yayasan MSI bergerak aktif di bawah naungan Konsorsium Penabulu-STPI. Yayasan MSI telah membuka cabang di hampir seluruh kabupaten/kota yang ada di jawa Tengah, salah satunya adalah Kabupaten Klaten. Yayasan MSI Kabupaten Klaten bekerja sama dengan Dinas Kesehatan setempat sebagai komunitas pendukung eliminasi TB khususnya di Kabupaten Klaten. Yayasan MSI berperan aktif dalam eliminasi TB dengan aktif melakukan Investigasi Kontak, penyuluhan, skrining, hingga pendampingan pada pasien TB selama menjalani masa pengobatan.

Kabupaten Klaten sendiri menjadi salah satu kota/kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki kasus TBC yang tergolong tinggi. Terdapat total 1.706 kasus yang ditemukan di Kabupaten Klaten sepanjang tahun 2023 dengan kasus tertinggi berada di Kecamatan Klaten Selatan mencapai 503 kasus (Satria S Pamungkas, 2024). Dan pada tahun 2024 ini telah ditemukan sebanyak 821 kasus. Angka ini termasuk tinggi jika dibandingkan dengan wilayah lain seperti Kota Semarang yang hanya mencapai angka 534 kasus. Dengan tingginya kasus yang ada, Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten bekerja sama dengan Dinas Kesehatan setempat untuk lebih optimal dalam pelaksanaan program khususnya program eliminasi TBC. Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten perlu mempertimbangkan strategi komunikasi yang baik dan efektif digunakan dalam program eliminasi TBC.

Strategi komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam proses perencanaan pada sebuah lembaga maupun perusahaan. Strategi komunikasi fokus pada suatu cara komunikasi yang lembaga atau perusahaan gunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi dilakukan oleh lembaga dan perusahaan dengan tujuan agar tercipta komunikasi yang efektif antara komunikator (yang menyampaikan pesan) dengan komunikan (yang menerima pesan). Strategi sendiri berbicara mengenai perencanaan atau suatu cara untuk mendapatkan sebuah hasil atau tujuan yang diinginkan. Sedangkan komunikasi adalah interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Dengan adanya strategi komunikasi maka suatu lembaga atau perusahaan dapat membuat perencanaan dan membuat suatu cara yang tepat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak (Vinnesea et al., 2021). Strategi komunikasi yang efektif adalah strategi komunikasi dua arah dengan pesan yang jelas, menggunakan saluran atau media yang tepat, sesuai dengan khalayak yang diinginkan, dan disampaikan oleh komunikator yang pas (Hyland-Wood, Gardner, Leask, & Ecker, 2021).

Strategi komunikasi dibutuhkan untuk meminimalisir kesalahan dalam sebuah penyampaian informasi (Mheidly & Fares, 2020).Strategi komunikasi faktanya merupakan gabungan antara manajemen dan perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik maka seorang komunikator perlu melakukan pendekatan terhadap khalayak yang ingin dituju. Sehingga komunikator dapat melakukan perencanaan yang sesuai pada komunikasi yang akan dilakukan. Komunikasi sejatinya merupakan proses pertukaran pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang. Strategi dalam sebuah komunikasi dapat dikatakan sebagai cara mengatur komunikasi yang dilakukan untuk mendapatkan keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi (Juliansyah, Hamidah, & Duku, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2020, dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa dalam menyusun strategi komunikasi pengenalan khalayak perlu dilakukan sebelum melakukan kegiatan sosialisasi. Hal ini karena manusia merupakan aspek

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

terpenting dalam sebuah proses komunikasi. Pesan yang dipilih juga sangat diperhatikan salah satunya adalah TOSS TB "Temukan TB Obati Sampai Sembuh" yang bersifat persuasif. Strategi penyampaian pesan atau komunikasi yang dilakukan juga diberikan secara edukasi melalui sosialisasi ke masyarakat yang dilakukan secara rutin setiap bulan. Media yang digunakan juga berupa brosur, banner dan leaflet yang dicetak (Januardi & Dristiana, 2020). Namun pada penelitian ini belum menampilkan keberhasilan strategi terhadap audiens, sehingga penelitian ini dilakukan untuk melihat hal tersebut melalui analisis lebih jauh mengenai keberhasilan dan efektivitas strategi komunikasi yang digunakan.

Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2021, dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa langkah pertama untuk menyusun strategi komunikasi dan mencapai komunikasi yang efektif adalah dengan menentukan khalayak. Setelah mengetahui khalayak yang menjadi sasaran dalam kegiatan komunikasi maka dapat menyusun pesan. Dalam menyusun pesan yang akan disampaikan kepada khalayak hendaknya dapat menghasilkan respon yang positif. Pesan perlu dibuat sebaik mungkin sehingga pesan dapat mempengaruhi perilaku serta menarik serta mengubah pemahaman khalayak. Dalam metode penyampaian pesan peneliti menggunakan metode edukatif, normatif, informatif dan persuasif dengan tujuan ingin agar pesan dapat mengajarkan sesuatu kepada *followers*. Penggunaan media yang dipilih dalam penelitian ini adalah menggunakan media baru. Alat atau media baru yang digunakan adalah media sosial Instagram (Vinnesea et al., 2021). Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan namun memiliki perbedaan pada subjek penelitian dan teori yang digunakan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten dalam program eliminasi TBC. Bagaimana informasi mengenai penanggulangan TBC yang disampaikan dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten dalam program eliminasi TBC.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi dapat diartikan sebagai sebuah pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan sebuah gagasan maupun perencanaan dan pelaksanaan sebuah aktivitas dalam waktu tertentu (Riyadi, 2018). Strategi komunikasi merupakan hal yang penting dalam sebuah perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan maupun organisasi. Menurut Effendy, strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang dibentuk untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam mencapai tujuan tersebut sebuah strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya, dalam artian tergantung situasi kondisi tertentu (dalam Kewas & Darmastuti, 2020). Strategi komunikasi digunakan agar nantinya komunikasi yang dilakukan dan direncanakan dapat menghasilkan hasil dan sesuai dengan sasaran yang diinginkan.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D, Peterson dan M. Dallas Burnett dalam buku Effendy (2002) menyatakan bahwa tujuan dari strategi komunikasi ada 3 (tiga), yaitu:

1. *To Secure Understanding*, Strategi komunikasi bertujuan untuk memastikan adanya pemahaman dan pengertian dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan.
2. *To Motive Action*, Strategi komunikasi memiliki tujuan memberikan motivasi atau dorongan untuk melakukan sebuah aksi.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3. *To Establish Acceptance*, Strategi komunikasi bertujuan untuk memberikan cara bagaimana agar dalam kegiatan komunikasi penerimaan dapat diterima dengan baik.

Adapun tahapan strategi komunikasi yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan pemilihan media. Tahapan ini dapat digunakan untuk membentuk suatu strategi komunikasi yang efektif. Hal ini sejalan dengan teori difusi inovasi yang akan digunakan dalam penelitian ini, dengan teori difusi inovasi strategi komunikasi digunakan untuk memberikan inovasi baru yang akan diterima oleh pengadopsi. Komunikasi yang digunakan dalam strategi komunikasi ini adalah komunikasi interpersonal berupa komunikasi penyuluhan, Yayasan Mentari Sehat Indonesia menggunakan media penyuluhan atau sosialisasi dalam bentuk program eliminasi TBC. Penyuluhan merupakan kegiatan yang memiliki tujuan dengan maksud memberikan penjelasan kepada yang disuluh untuk lebih mengetahui tentang suatu permasalahan tertentu (Januardi & Dristiana, 2020). Penyuluhan dilakukan oleh kader Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten. Pesan yang disampaikan pada penyuluhan merupakan hal yang penting. Dalam asumsi teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, penyuluhan merupakan inovasi yang akan dilakukan. Maka melalui penelitian ini akan mengetahui bagaimana inovasi ini dapat diterima oleh pengadopsi.

Teori Difusi Inovasi

Teori Difusi Inovasi yang diperkenalkan oleh Everett M Rogers membahas tentang bagaimana muncul berbagai macam inovasi seiring dengan berkembangnya zaman di berbagai bidang. Kehadiran inovasi tersebut memerlukan adanya difusi agar dapat diterima oleh masyarakat (Sutjipto & Pinariya, 2019). Teori difusi inovasi bermaksud untuk mengadopsi sebuah ide atau inovasi oleh individu atau kelompok tertentu. Sebuah komunikasi yang terjadi secara difusi merupakan proses membuat dan berbagi informasi untuk mencapai pemahaman bersama. Difusi adalah bentuk komunikasi khusus yang fokus pada mengkomunikasikan ide-ide baru (Gabriella et al., 2019).

Menurut Rogers, difusi inovasi tentu tidak terjadi begitu saja, terdapat 4 utama yang mempengaruhi satu sama lain yang dapat menentukan apakah sebuah inovasi dapat diterima oleh unit penerima adopsi, yaitu :

Inovasi

Diartikan sebagai ide atau gagasan baru. Ide atau gagasan ini dapat diartikan sebagai sebuah penemuan atau ilmu pengetahuan baru dari individu atau kelompok sosial tertentu (Khotimah & Abidin, 2023).Inovasi juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dibutuhkan keterlibatannya dalam perubahan perilaku manusia. Setiap inovasi juga tidak dapat disamakan sebagai hal yang setara karena perbedaan inovasi akan memerlukan proses difusi dan usaha yang berbeda. Terdapat beberapa karakteristik penting dari sebuah inovasi mengenai tingkat adopsinya yaitu *relative advantage, compatibility, complexity, triability,* dan *observability.* Yang pertama *relative advantage* membahas mengenai bagaimana sebuah inovasi dapat menawarkan keuntungan kepada pengadopsi. Keuntungan ini dapat meliputi faktor ekonomi, kepuasan dan kenyamanan, ataupun kedudukan sosial. Yang kedua *compatibility* membahas mengenai sejauh mana sebuah inovasi dapat dikatakan sejalan dengan nilai dan kebutuhan pengadopsi. Yang ketiga *complexity* membahas mengenai kesulitan pada sebuah inovasi untuk diterapkan kepada pengadopsi. Yang keempat *triability* membahas mengenai bagaimana individu dapat yakin untuk mengadopsi sebuah inovasi melalui uji coba yang dilakukan terlebih dahulu. Dan yang terakhir *observability* membahas mengenai sejauh mana hasil yang diberikan dari sebuah inovasi dapat dilihat, semakin nyata hasilnya maka akan semakin besar kemungkinan yang dihasilkan untuk sebuah inovasi dapat diadopsi (Sutjipto & Pinariya, 2019)

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Saluran Komunikasi

Diartikan sebagai media atau alat yang digunakan untuk menghubungkan pesan atau sebuah inovasi kepada penerima atau komunikan. Penggunaan gabungan dari beberapa saluran komunikasi dapat memungkinkan pengadopsi lebih cepat dalam mengadopsi inovasi (Ardhi Rahman et al., 2023).Saluran komunikasi sendiri dapat dibagi menjadi dua yaitu melalui media massa dan komunikasi interpersonal (Sutjipto & Pinariya, 2019).

Jangka Waktu

Dapat diartikan sebagai proses dimana seseorang atau pengadopsi inovasi mulai mengetahui dan memutuskan akan menerima inovasi tersebut atau menolak. Dalam pengukuran jangka waktu tersebut dapat diukur melalui proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan dalam teori ini dapat diartikan sebagai proses seorang individu mengetahui tentang adanya sebuah inovasi hingga menentukan keputusan untuk menerima atau menolak informasi tersebut (Adawiali et al., 2022). Terdapat beberapa tahapan yang disampaikan Rogers dalam pengambilan keputusan inovasi yang dibagi menjadi 5 tahapan (García-Avilés, 2020) :

1. *Knowledge*, dalam tahapan ini individu memiliki rasa ingin tahu mengenai inovasi dan bagaimana cara kerja inovasi tersebut
2. *Persuasion*, pada tahap ini individu membentuk sikap menerima atau menolak informasi. Mereka akan mencari tahu lebih dalam lagi dan mengurangi ketidakpastian yang dimiliki mengenai inovasi.
3. *Decision*, dalam tahap ini individu akan mengambil keputusan terkait dengan inovasi
4. *Implementation*, tahap ini individu memilih untuk menerima inovasi dan menerapkan inovasi tersebut dalam kehidupan mereka
5. *Confirmation*, tahap ini individu mengevaluasi hasil dari inovasi tersebut.

Sistem Sosial

Diartikan sekumpulan unit yang saling berhubungan dalam memecahkan masalah dan pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan. Sistem sosial merupakan sebuah batas dari sejauh mana inovasi berdifusi. Sistem sosial dapat berupa individu, kelompok, organisasi dan subsistem. Melalui sistem sosial teori ini dapat melihat model pengadopsian inovasi dapat diperkirakan. Orang dapat mengadopsi langsung setelah mengetahui inovasi tersebut sedangkan sebagian lainnya membutuhkan waktu yang lebih lama untuk memutuskan adopsi tersebut (Sutjipto & Pinariya, 2019).

Tujuan dari teori difusi inovasi dalam bidang kesehatan adalah agar inovasi dapat diterapkan oleh suatu populasi sehingga lama-kelamaan mayoritas akan mengadopsi inovasi tersebut dan risiko penyakit diharapkan menjadi lebih rendah dan berkurang (Dingman & Bauerle Bass, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan Teori Difusi Inovasi Everett M Rogers dalam penentuan strategi komunikasi Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten. Dari teori tersebut penelitian ini akan meneliti mengenai inovasi yang diberikan yaitu berupa penyuluhan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang efektif pada Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten. Apakah inovasi dapat diterima atau ditolak oleh penerima inovasi. Penelitian ini akan dilakukan di Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten. Teknik yang digunakan dalam menentukan informan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling.* Teknik ini dipilih untuk menentukan informan yang sesuai dengan kriteria tertentu yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Sehingga informan yang dipilih adalah Kader Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten, dan peserta penyuluhan.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Teknik pengumpulan data dilakukan secara primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi guna mendapatkan hasil yang detail dan akurat. Observasi dapat dibagi menjadi 2 yaitu observasi langsung dan tidak langsung. Pada observasi langsung peneliti akan datang ke lapangan langsung dan melihat aktivitas yang dilakukan oleh informan. Dalam hal ini peneliti datang langsung untuk melakukan observasi terhadap kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan. Sedangkan observasi tidak langsung adalah peneliti tidak datang langsung ke lapangan namun mencatat semua hasil aktivitas yang dilakukan oleh informan. Pada pengumpulan data sekunder dilakukan dengan jurnal, buku, atau laman internet seperti website yayasan yang dapat digunakan sebagai sumber untuk mengetahui profil dari Yayasan Mentari Sehat Indonesia dan sumber lainnya yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini.
Sampel dalam penelitian ini dibutuhkan untuk kemudian dapat dilakukan observasi. Penelitian ini menggunakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Klaten Selatan sebagai sampel. Hal ini karena Kecamatan Klaten Selatan merupakan wilayah dengan angka kasus TBC yang tinggi, sehingga kegiatan penyuluhan atau sebuah inovasi diperlukan sebagai langkah program eliminasi TBC.
Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis data Miles dan Huberman yang dilakukan dalam 3 tahap yang terbagi menjadi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam tahap reduksi data peneliti mengumpulkan hal-hal yang menjadi pokok dari hasil wawancara yang dilakukan. Lalu data disajikan dalam bentuk teks agar lebih mudah dipahami. Kemudian peneliti menarik kesimpulan dari data yang sudah disajikan. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi sumber dengan tujuan untuk mengurangi bias yang muncul selama peneliti melakukan penelitian. Triangulasi sumber digunakan oleh peneliti karena hal ini merupakan uji data yang tepat untuk menguji strategi untuk mendapat kebenaran melalui wawancara yang dilakukan kepada narasumber selaku subjek penelitian yang dibutuhkan. Triangulasi sumber dilakukan dengan peneliti mendapat data dari beberapa sumber namun dilakukan dengan teknik pengumpulan data yang sama. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam yang dilakukan terhadap beberapa sumber yaitu Kader Yayasan Mentari Sehat Indonesia dan peserta penyuluhan yang merupakan pengadopsi inovasi. Pengecekan keabsahan data dilakukan melalui wawancara kepada sumber tersebut. Uji triangulasi ini digunakan sebagai uji keabsahan data serta meminimalkan bias yang mungkin timbul selama penelitian dilakukan.

HASIL

Penelitian ini mengkaji mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia khususnya di Kabupaten Klaten dalam upaya eliminasi TB di Kabupaten Klaten. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten dan dilakukan dengan mewawancarai 5 narasumber yang terdiri dari

Tabel 1. Data Diri Informan

No.	Nama	Usia	Jabatan	Kode
1.	AYA	34	Staff Program Yayasan MSI	S1
2.	M	52	Kader / Penyuluh	S2
3.	RK	43	Kader / Penyuluhan	S3
4.	DNI	24	Peserta Penyuluhan	S4
5.	TH	53	Peserta Penyuluhan	S5

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Wawancara dilakukan secara terbuka dan semi terstruktur dengan tujuan untuk menggali informasi dan data yang lebih mendalam dari narasumber. Beberapa aspek yang akan dikaji dari hasil yang diperoleh antara lain penyuluhan sebagai inovasi, saluran komunikasi yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan, hambatan yang dihadapi dalam kegiatan penyuluhan, serta pengaruh norma sosial terhadap kegiatan penyuluhan.

Penyuluhan sebagai Inovasi

Dalam melakukan upaya eliminasi TBC, inovasi yang diterapkan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten adalah dengan mengadakan penyuluhan mengenai informasi seputar penyakit TBC. Kelebihan dari inovasi penyuluhan ini adalah informasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh para peserta karena disampaikan secara langsung tatap muka pada saat penyuluhan dilaksanakan. Sehingga para peserta dapat menanyakan semua pertanyaan mereka seputar penyakit TBC dapat terjawab melalui penyuluhan tersebut. Sehingga ini merupakan keuntungan bagi peserta penyuluhan.

"Alhamdulillah ya menambah ilmu tadi, menambah pengetahuan terkait TBC, jadi di-refresh lagi materi terkait penyakit TBC, kemudian juga lebih aware dengan kesehatan diri kita, terus berupaya untuk menjaga kesehatan diri kita, keluarga kita, sama orang-orang yang di sekitar kita." (S4, 2025).

Pada penyuluhan yang dilakukan, beberapa penyuluh juga menghadapi berbagai kesulitan. Terutama terkait dengan penyampaian dan penerimaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Penyuluh mengalami kesulitan menghadapi stigma negatif masyarakat terhadap penyakit TBC. Masih ada beberapa orang yang terkesan tidak mau menerima informasi dan tetap memiliki stigma serta pandangan berbeda terhadap penyakit TBC.

"Mungkin dalam pemberian pemahaman tentang TB ini, karena ya ada stigma di masyarakat itu yang menganggap TB itu adalah penyakit yang memalukan dan butuhkan. Jadi banyak masyarakat yang khususnya yang pasien TB itu untuk menyembunyikan penyakitnya. Padahal dengan disembunyikan itu bahaya penularannya akan lebih besar." (S3, 2025).

Pada penyuluhan ini, penyuluh juga dapat memberikan berbagai macam informasi dan kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat terkait penyakit TBC. Tentang bagaimana menghadapi situasi apabila ada orang disekitar mereka yang terkena TBC. Atau bagaimana cara menghindari risiko penularan penyakit TBC serta merawat diri ketika menjadi penyintas TBC.

"kita juga menekankan untuk perilaku hidup bersih dan sehat. Makanan-makanan yang bergizi seimbang supaya dengan kekebalan tubuh kita, kita tidak akan terkena penyakit menular atau terjangkit penyakit menular itu. kalau batuk juga harus ditutupi atau bersin juga harus ditutupi. Trus misalnya mau buang dahak juga harus benar-benar di tempat yang semestinya jangan sembarangan itu untuk memutus mata rantai dari yang selanjutnya." (S2, 2025).

Berdasarkan hasil di atas, penyuluhan merupakan sebuah inovasi untuk menyampaikan pesan informasi mengenai penyakit TBC dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat dan mengurangi stigma negatif mengenai penyakit tersebut. Penyuluhan ini juga digunakan sebagai cara untuk meningkatkan kesadaran dalam menjaga pola hidup sehat dan upaya untuk memutus rantai penularan atau eliminasi penyakit TBC.

Saluran Komunikasi yang Digunakan

Pemilihan saluran komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan penyuluhan. Dengan pemilihan saluran komunikasi yang tepat maka informasi dan isi pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dan diterima dengan baik oleh

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

masyarakat. Penggunaan saluran komunikasi dapat ditentukan dari target audiens yang diinginkan.

"Kalau dari penyuluhan sendiri kita secara face to face ya atau secara langsung jadi biasanya kita datang ke daerah yang ada indeks kasusnya trus mencari audiens dan kita mengadakan penyuluhan di situ secara langsung. Trus kita juga bisa lewat dunia maya, lewat Instagram sih kita. Kemudian juga kita ada leaflet, lembar balik, itu sih." (S1, 2025)

"Kalau selama ini saya seringnya itu langsung komunikasi kita langsung antara saya dengan peserta penyuluhan." (S2, 2025)

Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten memiliki Instagram dengan nama @msi_kabklaten yang digunakan untuk menyebarkan informasi seputar TBC. Konten yang dibagikan dalam Instagram tersebut berupa informasi seputar TBC, testimoni pasien sembuh untuk memberikan dukungan terhadap penyintas TBC lainnya, dan juga membagikan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh yayasan tersebut. Namun akhir-akhir ini akun Instagram tersebut sudah tidak terlalu aktif dikarenakan tidak ada divisi khusus yang bertanggung jawab untuk mengelola akun tersebut.

"... ya Instagram sih kadang-kadang ya mbak karena memang nggak ada adminnya, selama ini di handle staff lainnya tapi kan mereka juga punya kesibukan dan kerjaan sendiri". (S1, 2025)

Dari hasil diatas saluran komunikasi yang digunakan oleh yayasan dalam kegiatan penyuluhan adalah melalui komunikasi interpersonal atau komunikasi yang dilakukan secara langsung *face to face* sehingga memungkinkan adanya komunikasi dua arah dan feedback yang disampaikan oleh masyarakat atau peserta penyuluhan secara langsung. Selain itu, yayasan juga menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram sebagai saluran komunikasi mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Hambatan yang Dihadapi pada Kegiatan Penyuluhan

Dalam pelaksanaannya tentu saja kegiatan penyuluhan yang dilakukan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten memiliki beberapa hambatan. Hambatan yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan penyuluhan adalah kurangnya kesadaran masyarakat terhadap penyakit TBC sehingga menyebabkan beberapa peserta menganggap remeh informasi yang disampaikan.

"Untuk hambatan yang dihadapi, karena ada yang belum paham betul bahaya TB dan kadang menganggap sepele penyakit TBC jadinya kadang tidak memperhatikan saat penyuluhan. Mereka menganggap bahwa batuk itu biasa dan bisa sembuh kalau bosan sendiri jadi kemungkinan mereka belum terlalu sadar nih bahaya TBC padahal TBC itu menular" (S3, 2025)

Ketidaksadaran masyarakat terhadap penyakit TBC ini juga bisa berujung pada penolakan pelaksanaan kegiatan penyuluhan di lingkungan mereka. Karena beberapa masyarakat bahwa TBC ini memiliki stigma dan merupakan penyakit yang harus dikucilkan.

"Hambatan ada, contohnya tidak semua masyarakat itu menerima kehadiran kita karena ternyata masih ada pemahaman masyarakat bahwa TBC ini memiliki stigma, TBC ini penyakit kumuh dan banyak stigma negatif masyarakat sehingga mereka takut dikucilkan." (S1, 2025).

Peran Agen Perubahan dan Opinion Leader dalam Penyuluhan

Dalam kegiatan penyuluhan yang dilakukan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia melibatkan peran *Agent of Change* atau agen perubahan . Pada penyuluhan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten ini dilakukan oleh Kader yang merupakan penyuluh / komunikator. Para Kader bekerja sama dengan *Programmer* (tenaga kesehatan yang bertanggung jawab atas suatu program di Puskesmas) dari Puskesmas setempat.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

"Biasanya saya menggandeng itu dengan bidan desa atau programmer puskesmas kalau tidak. Nah nanti dari saya dan programmer itu saling melengkapi, jadi kolaborasi. Jadi kalau misalnya itu ada programmer yang menyampaikan nanti saya tinggal melengkapi begitu juga sebaliknya." (S2, 2025).
"Biasanya pihak yang menyampaikan penyuluhan itu bisa kader atau bisa juga bersama tenaga kesehatan." (S3, 2025).
Opinion Leader juga memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi. *Opinion Leader* sendiri merupakan orang yang dianggap memiliki pengaruh dan yang dipercaya untuk menyampaikan informasi dalam kegiatan penyuluhan tersebut. Masyarakat akan lebih percaya terhadap informasi yang disampaikan oleh para *opinion leader* karena mereka dianggap lebih paham mengenai informasi yang disampaikan dalam penyuluhan tersebut. Pada beberapa penyuluhan juga melibatkan Kepala Desa ataupun orang yang dihormati dan disegani pada wilayah tersebut. Hal ini bertujuan agar informasi tetap bisa disampaikan dan diterima dengan baik oleh berbagai lapisan masyarakat.
"…… kalau saya itu kita pegang tokohnya di situ dulu. Jadi kita masuk ke wilayah, kita pegang tokoh. Tokoh itu yang dia bisa menggiring dan mempengaruhi masyarakat, jadi bisa mempengaruhi masyarakat untuk berbuat yang baik. Misalnya Pak RT atau yang dituakan di daerah tersebut." (S2, 2025).

PEMBAHASAN

Pembahasan berisi mengenai pemaparan hasil yang lebih mendalam. Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui dengan lebih detail strategi komunikasi Yayasan Mentari Sehat Indonesia dalam upaya eliminasi penyakit TBC. Berikut pembahasan mengenai hasil pada empat elemen utama Teori Difusi Inovasi yang menjadi dasar utama penelitian.
Pada elemen pertama yaitu inovasi. Penyuluhan dipilih sebagai inovasi yang dilaksanakan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten dalam upaya eliminasi TBC. Komunikasi sangat diperlukan dalam penyebaran inovasi agar dapat diterima oleh masyarakat (Mihardja, Azizi, & Fairus, 2022). Sebuah inovasi memiliki beberapa karakteristik yaitu *Relative Advantage*, *Compatibility*, *Complexity*, *Triability*, *Observability*. Inovasi penyuluhan memberikan keuntungan (*Relative Advantage*) kepada pengadopsi dengan memberikan pengetahuan serta informasi terkait pencegahan penularan penyakit TBC sebagai investasi kesehatan bagi pengadopsi. Inovasi ini juga sejalan dengan nilai (*Compability*) yang dimiliki oleh pengadopsi dilihat dari inovasi ini cocok dengan kebutuhan mengenai informasi penyakit TBC ini. Inovasi ini juga melewati pengujian (*triability*) dengan peran *opinion leader* sebagai penguji inovasi ini, Sebuah inovasi tidak harus diuji oleh semua individu, namun sebuah uji coba yang dilakukan oleh pemimpin opini dapat dikatakan cukup untuk meyakinkan individu lainnya terhadap suatu inovasi (Sutjipto & Pinariya, 2019). Jika sebuah inovasi lebih cocok, lebih menarik dan lebih menguntungkan bagi orang lain maka kesimpulannya masyarakat akan mengikuti inovasi tersebut (Sudarso & Natonis, 2025). Inovasi ini juga tidak luput dari hambatan yang dimiliki (*Complexity*) berupa stigma negatif yang dimiliki masyarakat terhadap penyakit TB ini. Namun keberhasilan inovasi (*Observability*) dalam menyampaikan informasi seputar TB dapat mematahkan stigma yang ada dan berkembang di masyarakat.
Elemen kedua adalah saluran komunikasi. Di sini akan membahas mengenai saluran komunikasi yang digunakan oleh Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan. Pada kegiatan penyuluhan saluran komunikasi yang digunakan ada 2, yaitu komunikasi interpersonal secara langsung, dan media massa. Pemilihan penggunaan saluran komunikasi merupakan hal yang penting untuk mempercepat pengadopsian sebuah inovasi (Sudarso & Natonis, 2025). Penggunaan saluran komunikasi utama yang paling sering digunakan adalah komunikasi interpersonal

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

secara langsung. Hal ini karena tujuan dari penyuluhan adalah mengubah sikap atau perilaku penerima sehingga saluran komunikasi yang pas adalah komunikasi interpersonal (Khatami & Nurjanah, 2022). Komunikasi interpersonal dianggap efektif karena dapat merubah dan membentuk opini maupun sikap seseorang (Adawiali et al., 2022). Pada saluran komunikasi yang kedua yaitu melalui media massa. Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten menggunakan media sosial berupa Instagram. Awalnya penyuluhan melalui saluran komunikasi ini dinilai efektif untuk melengkapi kekurangan pada komunikasi interpersonal. Seperti jangkauan audiens yang lebih luas. Informasi yang disampaikan melalui media massa dapat diakses oleh lebih banyak audiens dengan sangat mudah. Melalui saluran komunikasi ini juga dapat memungkinkan adanya komunikasi 2 arah melalui komentar. Namun akun Instagram tersebut akhir-akhir ini dinilai kurang aktif karena kurangnya SDM yang bertanggung jawab untuk mengelola akun tersebut. Sehingga jangkauan audiens yang seharusnya bisa semakin luas dengan penggunaan media sosial menjadi tidak optimal. Selain penggunaan media sosial, juga menggunakan media cetak seperti brosur, leaflet, dan lembar balik.

Elemen yang ketiga adalah jangka waktu. Pada elemen ini mengukur seberapa lama seseorang dapat mengadopsi sebuah inovasi. Hal ini dimulai dari seseorang mengetahui sebuah inovasi sampai menerima atau menolak inovasi tersebut. Pengukuran ini berkaitan dengan dimensi waktu (Khatami & Nurjanah, 2022). Waktu ini dapat diukur melalui beberapa faktor. Salah satunya melalui lima tahap pengambilan keputusan. Berikut penjelasan lebih lanjut dalam tahap pengambilan keputusan. Pada tahap yang pertama yaitu *Knowledge* atau tahap pengetahuan. Pada tahap ini pengadopsi memiliki rasa ingin tahu mengenai inovasi dan bagaimana cara kerja inovasi tersebut. Tahap ini memerlukan *opinion leader* sebagai pengenalan inovasi penyuluhan kepada masyarakat. Seperti pada penelitian yang dilakukan bahwa penyebaran dan pengenalan informasi dapat menggunakan berbagai macam media yang ada (Sutjipto & Pinariya, 2019). Tahap yang kedua yaitu *Persuasion* atau tahap persuasi. Di sini para pengadopsi membentuk sikap positif atau negatif terhadap inovasi dan mencari tahu lebih lanjut mengenai inovasi yang diperkenalkan. Bagi mereka yang tertarik maka akan menunjukkan ketertarikannya (Herlina Malik et al., 2022). Seperti antusias mengikuti kegiatan penyuluhan dan menerima dengan baik informasi yang disampaikan. Pada kedua tahap ini *opinion leader* dan agen perubahan memiliki peran penting. Tahap yang ketiga yaitu *Decision* atau tahap keputusan. Di sini pengadopsi mengambil keputusan untuk menerima atau menolak sebuah inovasi. Pengambilan keputusan pada tahap ini dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti perasaan kebutuhan, praktik sebelumnya, serta norma yang ada dalam sebuah sistem sosial (Herlina Malik et al., 2022). Pada tahap ini kebanyakan masyarakat atau pengadopsi menerima inovasi ini karena menganggap inovasi ini adalah sebuah kesempatan untuk mendapatkan pengetahuan baru dan juga investasi kesehatan pada diri mereka. Tahap yang keempat yaitu *Implementation* atau tahap implementasi. Pada tahap ini pengadopsi dapat mengimplementasikan dan mengadopsi inovasi untuk kemudian dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dari hasil yang didapatkan pengadopsi sudah mulai menerapkan hal-hal yang disampaikan dalam kegiatan penyuluhan. Seperti menggunakan masker, cek dahak, etika batuk dan informasi lainnya. Hal ini memberikan perubahan sikap kepada para pengadopsi untuk lebih *aware* terhadap penyakit TBC. Tahap yang kelima yaitu *Confirmation* atau tahap konfirmasi. Pada tahap ini para pengadopsi memberikan evaluasi terhadap sebuah inovasi. Pengadopsi mencari penguatan dalam pengambilan keputusan. Pada tahap ini terbagi menjadi dua kelompok. Yaitu individu yang awalnya menolak inovasi lalu menerima inovasi tersebut. Dan individu yang awalnya menerima informasi tersebut kemudian menolak. Pada hasil yang didapatkan, Pada tahap ini banyak individu yang awalnya menolak inovasi tersebut

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

namun akhirnya menerima. Hal ini karena setelah mengetahui dan mengenal inovasi yang diberikan. Jarang ditemui individu yang awalnya menerima lalu menolak inovasi tersebut. Pada penelitian yang dilakukan tahun 2022, seorang individu dapat melakukan evaluasi dengan cara menyadari manfaat dan keuntungan relatif dari inovasi tersebut (Herlina Malik et al., 2022).

Elemen yang keempat yaitu sistem sosial. Sistem sosial merupakan elemen penting dalam teori ini. Sistem sosial dalam pembahasan ini menyangkut terkait target khalayak, norma sosial dan kepercayaan dalam sistem sosial serta peran agen perubahan dan *opinion leader*. Dalam inovasi penyuluhan ini target khalayak yang dituju adalah semua masyarakat Kabupaten Klaten khususnya yang berada di sekitar *indeks kasus*. Target khalayak ini dipilih mengingat masyarakat sekitar *indeks kasus* memiliki risiko tinggi tertular penyakit TBC. Dalam hasil penelitian yang ditemui, pada sistem sosial tersebut terdapat banyak stigma negatif yang berkembang mengenai penyakit TBC tersebut. Terutama di sekitar *indeks kasus*. Seperti kepercayaan bahwa penyakit TBC adalah kutukan dan stigma bahwa penyintas TBC harus dijauhi. Dalam hal ini peran agen perubahan dan *opinion leader* bertanggung jawab untuk memberikan pemahaman terhadap masyarakat yang memiliki stigma tersebut. Agen perubahan merupakan individu atau kelompok yang berusaha untuk mempengaruhi keputusan inovasi kepada adaptor (Mihardja et al., 2022). Agen perubahan dalam kegiatan penyuluhan ini adalah penyuluh dan juga tenaga kesehatan dari puskesmas. Hal ini mempengaruhi keputusan diterima atau tidaknya informasi yang disampaikan. Masyarakat akan cenderung lebih menerima informasi seputar TBC jika disampaikan oleh orang yang ahli dibidangnya seperti tenaga kesehatan. Peran *opinion leader* juga dibutuhkan dalam kegiatan penyuluhan ini. *Opinion leader* sendiri merupakan individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengaruh dan memimpin dalam penyampaian inovasi (Rogers dalam Sutjipto & Pinariya, 2019). *Opinion leader* sendiri merupakan individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengaruh dan memimpin dalam penyampaian inovasi. Informasi yang disampaikan oleh *opinion leader* cenderung akan lebih didengar dan diterima oleh masyarakat. *Opinion leader* menjadi salah satu pertimbangan dalam penerimaan informasi yang disampaikan dalam inovasi penyuluhan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil yang didapatkan, strategi komunikasi Yayasan Mentari Sehat Indonesia Kabupaten Klaten dinilai efektif. Hal ini karena dalam penyebaran inovasi penyuluhan Yayasan Mentari Sehat Indonesia telah memenuhi 4 elemen Teori Difusi Inovasi. Teori difusi inovasi sendiri merupakan proses pengadopsian sebuah inovasi atau ide baru oleh individu atau kelompok. Empat elemen utama teori inovasi terdiri dari inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu dan sistem sosial. Keberhasilan dari strategi komunikasi yang dimiliki adalah optimalisasi dari inovasi berupa penyuluhan yang dilakukan serta saluran komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi interpersonal *face to face*. Melalui optimalisasi ini informasi dapat tersampaikan, diterima dengan baik dan diadopsi oleh audiens. Dan juga peran strategis dari *opinion leader* serta agen perbuahan dalam menyebarkan informasi, pendekatan audiens serta mengatasi stigma yang ada dalam masyarakat. Meskipun terdapat kelemahan dalam strategi ini yaitu pemanfataan media massa berupa Instagram.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

DAFTAR PUSTAKA

Adawiali, R., Setyawan, S., Triyono, A., Purwo Saputro, E., Siswanto, H., & Triyanto, J. (2022). Adopsi Inovasi Program SIMADE (Sistem Informasi Manajemen Desa/Kelurahan) di Desa Papahan Kabupaten Karanganyar Histori Artikel. Jurnal Keilmuan Dan Keislaman. Retrieved from https://papahan.karanganyarkab.go.id

Ardhi Rahman, R., Suci Nurcandrani, P., & Rengga Andhita, P. (2023). STRATEGI DIFUSI INOVASI PUSKESMAS PURWOKERTO UTARA 2 DALAM DISEMINASI PROGRAM ANTENATAL CARE TERPADU. In Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESIF (Vol. 4).

Dingman, D., & Bauerle Bass, S. (2021). How the Coronavirus Inspired Teaching the Diffusion of Innovation Theory. CommonHealth, 2(2), 40–46. https://doi.org/10.15367/ch.v2i2.451

Gabriella, V., Esti, L., & Hartanti, P. (2019). ANALYSIS OF STRATEGY AND IMPLEMENTATION DIFFUSION OF INNOVATION OF QLUE APPLICATION TECHNOLOGY IN JAKARTA SMART CITY. In JURNAL INTERACT (Vol. 8). Retrieved from http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index

García-Avilés, J. A. (2020). Diffusion of Innovation. In The International Encyclopedia of Media Psychology (pp. 1–8). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0137

Herlina Malik, C., Faza Auliya, N., Iqbal, M., Pasundan, U., Lengkong Besar, J., & 68, N. (2022). Penggunaan Aplikasi Peduli Lindungi oleh Lansia Ditinjau dari Teori Difusi Inovasi (Vol. 10).

Hyland-Wood, B., Gardner, J., Leask, J., & Ecker, U. K. H. (2021). Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. Humanities and Social Sciences Communications, 8(1). https://doi.org/10.1057/s41599-020-00701-w

Januardi, A., & Dristiana, K. (2020). Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: 2 Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman 3 Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MELAKUKAN PENCEGAHAN PENYAKIT TUBERKULOSIS DI PUSKESMAS SIDOMULYO SAMARINDA. 8(1), 103–115. Retrieved from http://www.

Juliansyah, M. R., Hamidah, H., & Duku, S. (2023). Strategi Komunikasi (MSS) Masyrakat Sehat Sriwijaya Banyuasin Dalam Menyebarkan Program Eliminasi TBC Kepada Masyarakat. JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 3(2), 463–468. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.728

Kewas, G. S., & Darmastuti, R. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DOKTER KEPADA PASIEN DALAM PROSES PELAYANAN KESEHATAN DI RSU RAFFA MAJENANG. Scriptura, 10(2), 60–76. https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.60-76

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Khatami, M. I., & Nurjanah, A. (2022). Difusi Inovasi dalam Penerapan Komunikasi Bencana pada Masa Mitigasi oleh Forum Pengurangan Risiko Bencana (FPRB). Jurnal Audiens, 3(3), 121–130. https://doi.org/10.18196/jas.v3i3.13152

Khotimah, C., & Abidin, S. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PERHUBUNGAN DALAM MENSOSIALISASIKAN APLIKASI SIP TB DI KOTA BATAM.

Mheidly, N., & Fares, J. (2020, December 1). Leveraging media and health communication strategies to overcome the COVID-19 infodemic. Journal of Public Health Policy, Vol. 41, pp. 410–420. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/s41271-020-00247-w

Mihardja, E. J., Azizi, A., & Fairus, S. (2022). Penerapan Teori Difusi Inovasi Dalam Community Engagement : Kisah Pengolahan Limbah Rajungan Dari Indramayu. Agustus Tahun, 06(2), 61. https://doi.org/10.34001/jdc.v6i1.2030

Riyadi, I. (2018). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI COMMUNITY TB-HIV CARE AISYIYAH DALAM PENDAMPINGAN PASIEN TB-MDR DI RSUD LABUANG BAJI MAKASSAR Analysis of Communication Strategy of Community TB-HIV Care Aisyiyah In Mentorship of TB-MDR Patients at RSUD Labuang Baji Makassar. In Jurnal Komunikasi KAREBA (Vol. 7).

Satria S Pamungkas. (2024, June 11). Waspada! Ditemukan 1.700 Lebih Kasus TBC di Klaten, Paling Banyak di Kecamatan Ini.

Sudarso, Y., & Natonis, H. Y. (2025). Transformation of Religious Counseling in the Society 5.0 Era: An Analysis of the Utilization of Digital Technology Through the Diffusion of Innovation. Jurnal Sains Student Research, 3(6), 89–99. https://doi.org/10.61722/jssr.v3i6.6163

Sutjipto, A. M., & Pinariya, J. M. (2019). PENGENALAN VAKSINASI HPV OLEH KOALISI INDONESIA CEGAH KANKER SERVIKS DENGAN PENDEKATAN TEORI DIFUSI INOVASI.

tbc.indonesia. (2022). Informasi Dasar Seputar TBC.

Vinnesea, E., #1, T., Rifai, M., Oktariani, F., #3, L., Ronggo Waluyo, J. H., … Barat, J. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental. Jurnal PETIK, 7(2), 2021–2136.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)