

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, peneliti akan memberikan deskripsi umum mengenai subyek penelitian. Kemudian, peneliti akan menjabarkan jumlah frekuensi postingan pesan edukasi terkait PCOS dari kolaborasi bersama tenaga ahli maupun rumah sakit, serta konten yang mencantumkan sumber dari isi konten yang ditampilkan di kolom *feeds* Instagram @pcosfighterindonesia periode Januari 2019 – Januari 2023. Setelah itu, peneliti akan melakukan kategorisasi dari data unit analisis dan memilih beberapa konten yang paling menggambarkan dari masing-masing kategori yang dianalisis. Data yang telah terorganisir berdasarkan pengkategorian akan dilakukan penjabaran interpretasi yang dilakukan dengan membaca isi pesan edukasi terkait PCOS yang bersifat tampak yaitu melalui teks pada visual dari konten yang disajikan.

Peneliti akan melakukan penjabaran interpretasi menggunakan sub bab berdasarkan kategori agar dapat melihat penggambaran dari pesan edukasi yang diunggah oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Nantinya, penggambaran ini akan dianalisis berdasarkan kategori jenis konten yang terdiri dari indikator *single image*, *carousel*, dan *video reels*. Kategori *message sidedness* dengan indikator *one sided* dan *two sided*. Kategori *order of presentation* dengan indikator *anti climax*, dan *climax*. Adapun kategori yang terakhir yaitu daya tarik pesan dengan indikator *fear appeals*, *emotional appeals*, dan *rational appeals*. Keseluruhan konten yang dianalisis merupakan konten milik akun Instagram @Pcosfighterindonesia yang diunggah mulai dari Januari 2019 hingga Januari 2023.

#### **4.1. Subyek Penelitian**

PCOS Fighter Indonesia merupakan sebuah komunitas pejuang PCOS yang hadir di Instagram sejak tahun 2017 oleh Andini Yudita Sari selaku *Founder*. Akun Instagram @Pcosfighterindonesia menjadi komunitas pejuang PCOS yang terbesar

di Indonesia dengan jumlah *followers* pada 10 Februari mencapai 57,9 ribu *followers*. Akun Instagram PFI dikelola oleh tim internal komunitas sejak 2018. Tim admin terdiri dari 5 orang dengan tugas masing-masing. Founder PFI adalah Andini Yudita Sari merangkap *content creator* Instagram. Co-Founder Nicole sebagai admin grup PCOS mom. Co-Founder Triyanti sebagai koordinator event, koordinator *content* Instagram serta Marketing Communication. Anne Kohar sebagai moderator dan *public relations*. Siti Alfiah sebagai moderator dan koordinator event.



Gambar 4. 1 Logo komunitas PCOS Fighter Indonesia  
(Sumber: <https://www.facebook.com/pcosfighterindonesia>)

Hadirnya komunitas PFI bertujuan untuk mengedukasi perempuan tentang PCOS khususnya dan kesehatan organ reproduksi perempuan pada umumnya. Oleh karena itu, PFI bekerjasama dengan tenaga ahli sejak 2019 dengan mengadakan sesi Instagram live, webinar dan konten kolaborasi dengan tujuan agar Cysters tidak mudah terbawa arus informasi yang belum tentu kebenarannya. Kemudian, konten-konten yang disajikan pun disusun berdasarkan hasil riset jurnal ilmiah serta pengalaman-pengalaman yang dibagikan oleh Cyster. Hal ini dilakukan agar pesan edukasi yang disampaikan melalui akun Instagram @Pcosfighterindonesia sesuai dengan informasi secara medis dan tidak menimbulkan kebingungan khususnya pada perempuan pengidap PCOS. Oleh karena itu, teks bacaan pada visual sebuah konten menjadi hal yang penting agar dapat memberikan kemudahan kepada audiens dalam memahami maksud dari postingan tersebut.

## 4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

Pada sub bab ini, peneliti akan mengacu pada rumusan masalah untuk melakukan langkah-langkah analisis dalam menemukan jawaban mengenai jenis konten dan elemen pembentukan pesan edukasi kesehatan wanita terkait PCOS di Instagram @Pcosfighterindonesia periode Januari 2019 – Januari 2023. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, peneliti akan menjelaskan hasil dan pembahasan analisis jenis konten dan elemen pembentukan pesan edukasi kesehatan wanita terkait PCOS pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Adapun elemen pembentukan pesan dilihat berdasarkan *messages sideness*, *order of presentation*, dan daya tarik pesan. Setelah itu, peneliti akan menjelaskan temuan menarik yang ada pada konten edukasi kesehatan pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Mengingat, terdapat sebuah penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil bahwa para *followers* @Pcosfighterindonesia melakukan tindakan pemeliharaan kesehatan wanita setelah mendapatkan edukasi melalui konten Instagram @pcosfighterindonesia.

### 4.2.1. Frekuensi Postingan Instagram PCOS Fighter Indonesia

Peneliti akan melakukan perhitungan postingan konten Instagram @Pcosfighterindonesia dengan menyertakan sumber dari konten yang disajikan maupun konten kolaborasi dengan tenaga ahli. Dilakukannya perhitungan ini untuk mengetahui besar presentase postingan konten pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023 berdasarkan jumlah kemunculan konten yang membahas mengenai PCOS

Tabel 4. 1 Tabel Frekuensi Postingan Konten Pesan Edukasi terkait PCOS pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia

Tahun	Jumlah Postingan	Presentase Postingan	Jumlah Konten	Presentase Konten
Januari - Desember 2019	0	0%	0	0%
Januari - Desember 2020	7	23%	12	25%
Januari - Desember 2021	3	10%	8	17%
Januari - Desember 2022	19	61%	26	54%
Januari 2023	2	6%	2	4%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Jumlah keseluruhan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia yang sesuai dengan kriteria unit analisis pada periode Januari 2019 – Januari 2023 berjumlah 31 postingan dengan total konten yang diunggah sebanyak 48 konten. Peneliti menemukan bahwa postingan tertinggi akun Instagram @Pcosfighterindonesia yang berkolaborasi dengan tenaga ahli ataupun konten yang mencantumkan sumber dalam pembuatan isi konten terjadi pada periode Januari – Desember 2022 dengan rincian 19 (61%) postingan dan jumlah konten yang diunggah sebanyak 26 (55%) konten. Terlihat, jumlah konten yang diperkaya dengan tenaga ahli dan mencantumkan sumber pada visual konten mengalami peningkatan. Kemudian, selama periode tersebut juga terjadi peningkatan jumlah *followers* pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia.

#### **4.2.2. Jenis Konten Dalam Pesan Edukasi**

Peneliti melakukan analisis isi kualitatif pada konten Instagram @Pcosfighterindonesia dengan menggunakan kategori jenis konten. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat melihat temuan menarik dari adanya perbedaan maupun kesamaan pada konten-konten yang disajikannya. Pada penelitian ini, indikator jenis konten terbagi menjadi 3 jenis, yaitu *single image*, *carousel*, dan *video reels*.

Pertama, *single image* merupakan jenis konten yang hanya terdiri dari satu gambar atau foto dalam satu kali postingan. Namun, Instagram menyediakan beberapa ukuran yang dapat dipilih oleh pengguna saat mengunggah gambar atau fotonya. Ukuran yang dapat dipilih oleh pengguna dalam mengunggah konten *single image*, diantaranya 1080x608 Pixel (*Landscape*), 1080x1080 Pixel (*Square*), dan 1080x1350 Pixel (*Potrait*). Biasanya konten *single image* digunakan untuk membagikan konten berupa foto, mengingat keterbatasan ruang pada kanvas yang diunggah.

Kedua, *carousel* merupakan jenis konten yang terdiri lebih dari satu gambar atau foto dalam satu kali postingan dengan jumlah maksimal konten yang dapat diunggah sebanyak 10 konten. Berbeda dengan *single image* yang memiliki tiga

pilihan ukuran konten yang dapat diunggah, jenis konten *carousel* hanya memiliki dua ukuran yang dapat dipilih yaitu 1080x1080 Pixel (*Square*) dan 1080x1350 Pixel (*Portrait*). Konten *Carousel* memiliki keunggulan dalam memberikan nilai lebih melalui satu postingan, karena memiliki lebih banyak ruang untuk membuat konten. Banyak pembuat konten yang menggunakan jenis konten *Carousel* untuk membuat tulisan yang mengandung pesan edukatif, sehingga memiliki potensi untuk mendapatkan lebih banyak konten yang dibagikan dan penyimpanan oleh pengguna Instagram. Konten *Carousel* juga bersifat interaktif karena pengguna Instagram dapat menggeser gambar untuk melihat konten sebelumnya dan sesudahnya.

Ketiga, video *reels* merupakan konten yang diunggah dengan format video dengan maksimal durasi video selama 90 detik. Jenis konten video *reels* memiliki keunggulan dimana konten ini dapat menjangkau followers dan pengguna lain yang tidak mengikuti akun yang mengunggah konten tersebut. Oleh karena itu, sering sekali jenis konten ini dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Optimasi Instagram *Reels* merupakan suatu keharusan karena konten ini memiliki kemampuan untuk mencapai pengikut yang sudah ada dan bahkan yang tidak mengikuti akun Instagram pengguna lain. Durasi maksimal yang bisa digunakan untuk Instagram Reels adalah 90 detik.

Dalam penelitian ini, terdapat 31 postingan dengan keseluruhan konten yang diunggah oleh @Pcosfighterindonesia sebanyak 48 konten sebagai unit analisis yang akan diklasifikasikan sesuai dengan indikator pada kategori jenis konten. Setelah peneliti melakukan analisis isi kualitatif terhadap 31 postingan yang terdiri dari 48 konten Instagram @Pcosfighterindonesia, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Jumlah postingan dan konten berdasarkan kategori jenis konten

Jenis Konten	Jumlah Postingan	Presentase Postingan	Jumlah Konten	Presentase Konten
<i>Single Image</i>	4	13%	4	8%
<i>Carousel</i>	27	87%	44	92%
<i>Video Reels</i>	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan hasil bahwa jenis konten *carousel* merupakan jenis konten yang paling banyak diposting dalam akun Instagram @Pcosfighterindonesia dengan jumlah postingan sebanyak 27 (87%) postingan dan terdapat 44 (92%) konten yang diunggah. Kemudian, jenis konten *single image* memiliki jumlah postingan sebanyak 4 (13%) postingan dengan jumlah konten yang diunggah berjumlah 4 (8%) konten. Pada jenis konten video *reels* tidak ditemukan dalam unit analisis penelitian ini atau sama dengan 0 (0%) postingan dan 0 (0%) konten yang terunggah. Selanjutnya secara berurutan akan disajikan konten berdasarkan jenis konten yang berada pada *feeds* Instagram @Pcosfighterindonesia periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023 sebagai unit analisis.

Selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 4 konten yang termasuk ke dalam jenis konten *single image*. Pada jenis konten *single image* dalam melakukan postingan atau unggahan hanya ada 1 buah gambar atau foto, sehingga 4 konten *single image* ini dihasilkan dari 4 kali postingan pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia.



Gambar 4. 2 Postingan akun @Pcosfighterindonesia 25 April 2020  
(Sumber: [https://www.instagram.com/p/B\\_YhXy5gWhy/](https://www.instagram.com/p/B_YhXy5gWhy/))

Gambar 4.2 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 25 April 2020. Postingan tersebut merupakan konten kolaborasi bersama tenaga ahli yang memaparkan manfaat akupuntur untuk PCOS berdasarkan penelitian dari luar maupun dalam negeri. Konten ini termasuk ke dalam jenis konten *single image*, hal ini dibuktikan dengan gambar yang tidak dapat digeser untuk melihat gambar berikutnya sehingga postingan tersebut hanya memiliki satu gambar dalam satu kali postingan.



Gambar 4. 3 Postingan akun @Pcosfighterindonesia 05 Juni 2020 (Sumber: <https://www.instagram.com/p/CBCvIs3Alpj/>)

Gambar 4.3 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 5 Juni 2020. Postingan tersebut merupakan konten kolaborasi bersama tenaga ahli, pesan edukasi yang disampaikan dalam konten tersebut mengenai PCOS dan resisten insulin yang sangat tinggi terjadi pada 70% wanita PCOS. Konten ini juga termasuk ke dalam jenis konten *single image*, hal ini dibuktikan dengan tidak adanya konten lain yang diunggah dalam satu kali postingan yang dilakukan oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Sehingga berdasarkan gambar 4.2 dan gambar 4.3 sesuai dengan definisi jenis konten *single image*, dimana dalam satu kali postingan hanya terdapat satu gambar atau foto yang diunggah.

Kemudian, Selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 44 konten yang termasuk kedalam jenis konten *carousel*. Pada jenis konten carousel dalam mengunggah konten dapat menggunakan lebih dari satu gambar dalam satu kali postingan. Sehingga 44 konten yang termasuk dalam jenis konten carousel ini dihasilkan dari 27 postingan pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia.



Gambar 4. 4 Postingan akun @Pcosfighterindonesia 14 Oktober 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CjraJlpvPwV/>)

Gambar 4.4 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 14 Oktober 2020, postingan tersebut terdiri dari 3 konten gambar dengan mencantumkan sumber informasi konten pada akhir *slide*. Pesan edukasi pada *slide* pertama dalam konten tersebut mengenai 12 gejala depresi pada penderita PCOS. Selanjutnya, *slide* kedua menjelaskan mengenai wanita dengan PCOS dapat lebih tinggi terkena resiko depresi dibandingkan wanita lain tanpa PCOS. Kemudian, pada slide ketiga dalam postingan ini berisikan sumber-sumber yang digunakan dalam pembuatan isi konten.

Konten ini termasuk ke dalam jenis konten *carousel*, hal ini dibuktikan dengan lebih dari satu konten gambar yang diunggah dalam satu kali postingan yang dilakukan oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Pada konten *carousel* memiliki lebih dari 1 kanvas yang dapat dimanfaatkan untuk dapat menjelaskan lebih rinci dari konten yang dibagikan. Seperti halnya pada posting ini, slide atau konten pertama hanya menyebutkan poin-poin dari 12 gejala depresi pada penderita PCOS, kemudian konten di slide dua memberikan penjelasan tambahan yang lebih rinci untuk menambah informasi yang sudah disampaikan pada konten yang ada di slide pertama. Konten *caracousel* juga ditandai dengan adanya tanda panah pada postingan tersebut, sehingga memungkinkan pengguna Instagram untuk menggeser postingan tersebut menuju konten berikutnya.



Gambar 4. 5 Postingan akun @Pcosfighterindonesia 26 Januari 2023  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cn3VhMBPpXw/>)



Gambar 4.5 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 26 Januari 2023, postingan tersebut juga termasuk kedalam jenis konten *carousel*. Hal ini dibuktikan dengan lebih dari satu konten gambar diunggah dalam satu kali postingan yang dilakukan oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Postingan ini terdiri dari 2 konten gambar, *slide* pertama memberikan edukasi mengenai 6 cara jitu yang dapat memberikan peluang hamil lebih besar pada wanita dengan PCOS. Kemudian *slide* kedua diisi dengan sumber-sumber yang digunakan dalam pembuatan pesan edukasi tersebut. Sehingga berdasarkan gambar 4.4 dan gambar 4.5 sesuai dengan definisi jenis konten *carousel*, dimana dalam satu kali postingan dapat mengunggah lebih dari satu konten dalam satu kali postingan.

Selain jenis konten single image dan carousel, terdapat konten video reels. Namun, dalam tampilan *feeds* akun Instagram @Pcosfighterindonesia tidak terdapat jenis konten video *reels* yang sesuai dengan kriteria unit analisis, yaitu konten kolaborasi dengan tenaga ahli ataupun konten yang mencantumkan sumber pada tampilan visualnya. Sehingga jenis konten yang digunakan pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia yang berkolaborasi dengan tenaga ahli ataupun mencantumkan sumber pada tampilan visualnya, hanya menggunakan jenis konten single image dan carousel.

Adapun temuan peneliti dalam kategori jenis konten menurut peneliti, yaitu jenis konten carousel dapat dimanfaatkan untuk memberikan pesan edukasi yang lebih lengkap melalui beberapa konten yang diunggah dalam satu kali postingan. Selain itu, jenis konten *carousel* juga dapat dimanfaatkan untuk mencantumkan sumber-sumber isi pesan di bagian konten terakhir dalam postingan tersebut seperti yang telah dilakukan oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Dengan memanfaatkan konten carousel untuk menampilkan sumber isi pesan edukasi, maka dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap kredibilitas dari konten tersebut. Selain itu, mencantumkan sumber pada konten cenderung lebih dilihat audiens dibandingkan di *caption*. Hal ini jugalah yang menjadi alasan akun PFI mencantumkan sumber pada konten visualnya.

Pentingnya sumber informasi dalam komunikasi kesehatan tidak dapat diabaikan. Beberapa alasan sumber informasi yang terpercaya sangat penting dalam komunikasi kesehatan yaitu karena dapat membantu mencegah penyebaran

informasi yang salah atau tidak benar yang dapat menyesatkan audiens dan berpotensi berbahaya bagi kesehatan. Dalam era digital yang didominasi oleh informasi yang mudah tersebar, penting untuk memverifikasi sumber dan memastikan bahwa informasi yang diterima adalah benar dan dapat dipercaya.

Mengingat, salah satu peran dari adanya komunikasi kesehatan yaitu sebagai alat dalam merubah perilaku masyarakat menuju perilaku hidup sehat. Sehingga, ketika memberikan informasi kesehatan, penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat, tidak menyesatkan, dan tidak bertentangan dengan pengetahuan dan keilmuan yang terkini. Komunikasi kesehatan yang faktual membantu mencegah penyebaran informasi yang salah atau berbahaya, serta mempromosikan pemahaman yang benar tentang kesehatan dan langkah-langkah yang harus diambil untuk menjaga kesehatan yang optimal.

Sangat disayangkan, tidak adanya jenis konten video *reels* yang diunggah oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia, padahal kombinasi visual, suara, dan teks pada video dapat menarik minat audiens lebih tinggi. Konten video juga lebih bisa dimanfaatkan audiens saat sedang melakukan banyak hal, ketika audiens berada pada situasi yang memungkinkan untuk mendengar maka bisa memanfaatkan audio pada video *reels*. Sedangkan, saat audiens berada pada situasi yang mengharuskan untuk hening maka dapat membaca teks pada video, dan bagi audiens yang berada pada posisi yang memungkinkan untuk menikmati visual, suara, dan teks pada video *reels* sehingga dapat dengan mudah menerima informasi pesan edukasi tersebut.

Kombinasi dari visual, suara, dan teks pada konten video juga mampu mengeluarkan emosi dari isi pesan dengan menunjukkan ekspresi wajah, gerakan, nada suara, dan suara latar dari video sehingga mampu membuat penonton terhubung secara emosional dengan konten yang disajikannya. Jika dilihat dari sisi jangkauannya, video *reels* mampu menjangkau audiens lebih luas karena terdapat fitur *Explore* pada Instagram yang mampu memberikan merekomendasikan video *reels* terutama kepada pengguna Instagram yang tertarik dengan isu yang sesuai dengan akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Instagram video *reels* yang diunggah dapat ditempatkan dalam koleksi *reels* pengguna di *feeds* Instagram,

sehingga memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan membagikan kembali konten yang telah dibuat.

Tabel 4. 3 Pengkategorian Konten dengan Jenis Konten

Gambar	Kategori	Deskripsi
Gambar 4.2.	<i>Single Image</i>	Hanya 1 konten gambar yang diunggah dalam satu kali postingan
Gambar 4.3.	<i>Single Image</i>	Hanya 1 konten gambar yang diunggah dalam satu kali postingan
Gambar 4.4.	<i>Carousel</i>	Terdapat 3 konten gambar yang diunggah dalam satu kali postingan
Gambar 4.5.	<i>Carousel</i>	Terdapat 2 konten gambar yang diunggah dalam satu kali postingan

Sumber: Olahan Peneliti

#### 4.2.3. Sisi Pesan Dalam Penyajian Konten Edukasi

Peneliti melakukan analisis isi kualitatif pada konten Instagram @Pcosfighterindonesia dengan menggunakan kategori sisi pesan yang merupakan kategori dari konsep elemen pembentukan pesan. Dilakukannya analisis menggunakan kategori sisi pesan agar peneliti dapat melihat kecenderungan isi pesan dalam konten Instagram @Pcosfighterindonesia berada pada satu sisi atau dua sisi. Pada penelitian ini, indikator sisi pesan terbagi menjadi 2, yaitu *one sided* dan *two sided*.

Pertama, satu sisi atau *one sided* secara sederhana dapat diartikan bahwa konten yang masuk kedalam pengelompokan ini merupakan konten-konten yang kepentingan hanya dipegang oleh pengirim tanpa melibatkan pihak kedua dalam isi pesan secara tersurat dan biasanya isi pesan yang disampaikan ringan sehingga dapat lebih mudah untuk diterima khalayak.

Kedua, dua sisi atau *two sided* dapat diartikan bahwa dalam isi pesan konten mengandung kepentingan dua pihak yang berkomunikasi, yaitu pengirim dan pembaca terutama pada penderita PCOS yang menjadi target utama akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Umumnya jenis pesan ini cocok bagi khalayak yang memiliki pemahaman terkait hal yang dipesankan.

Dalam penelitian ini, terdapat 48 konten sebagai unit analisis dari tampilan feed Instagram @Pcosfighterindonesia yang akan diklasifikasikan sesuai dengan indikator pada kategori sisi pesan atau *message sidedness*. Setelah peneliti melakukan analisis isi kualitatif terhadap 48 konten tersebut, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Jumlah dan presentase konten berdasarkan kategori sisi pesan

Sisi Pesan	Jumlah Konten	Presentase Konten
<i>One Sided</i>	31	65%
<i>Two Sided</i>	17	35%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan hasil bahwa konten *one sided* merupakan kategori sisi pesan yang paling banyak diunggah oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia dengan jumlah konten sebanyak 31 (65%). Sedangkan, konten yang termasuk ke dalam kategori *two sided* berjumlah 17 (35%) konten. Selanjutnya, secara berurutan akan akan disajikan konten berdasarkan kategori sisi pesan yang berada pada *feeds* Instagram @Pcosfighterindonesia periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023 sebagai unit analisis.

Selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 31 konten yang termasuk ke dalam kategori konten *one side*. Pada konten yang menggunakan sisi pesan *one side* hanya melibatkan kepentingan yang dipegang oleh pengirim tanpa melibatkan pihak kedua dalam isi pesan secara tersurat dan biasanya isi pesan yang disampaikan ringan sehingga dapat lebih mudah untuk diterima khalayak seperti halnya pada beberapa contoh konten berikut ini.



Gambar 4. 6 Konten akun @Pcosfighterindonesia 05 Juni 2020  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CBCvdv3geg9/>)

Gambar 4.6 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 5 Juni 2020. Konten tersebut merupakan konten kolaborasi bersama tenaga ahli, pesan edukasi yang disampaikan dalam konten tersebut mengenai PCOS dan gejala-gejala dari resisten insulin. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan adanya keterkaitan antara PCOS dengan resisten insulin. Dimana wanita dengan PCOS bisa dikatakan resisten insulin bila minimal menemukan 3 gejala dari 5 gejala yang telah disebutkan. Konten ini termasuk ke dalam kategori sisi pesan *one side*, hal ini dibuktikan dengan hanya adanya keterlibatan kepentingan pengirim dalam isi pesan edukasi tersebut. Kemudian, konten ini tidak menyebutkan pihak kedua dalam isi pesan, sehingga dapat dikatakan bahwa pesan ini hanya mementingkan berdasarkan kepentingan pengirim pesan. Konten dikemas secara ringkas berupa poin-poin tanpa adanya penjelasan mendetail, sehingga pesan edukasi ini ringan dan lebih mudah untuk dipahami oleh pembaca.



Gambar 4. 7 Konten akun @Pcosfighterindonesia 25 Desember 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CIXjkcpOSah/>)

Gambar 4.7 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 25 Desember 2022. Konten pesan edukasi yang disampaikan dalam konten tersebut mengenai 10 makanan anti-inflamasi untuk PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan 10 jenis makanan yang telah disebutkan merupakan makanan anti-inflamasi untuk PCOS. Konten ini termasuk ke dalam kategori sisi pesan *one sided*, hal ini dibuktikan dengan hanya adanya kepentingan pengirim dalam menyampaikan pesan edukasi tersebut tanpa melibatkan pihak kedua. Konten ini juga hanya berisikan poin-poin yang menyebutkan jenis makanan tanpa adanya penjelasan lebih lanjut sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca dalam mengetahui 10 Makanan anti inflamasi untuk PCOS. Sehingga berdasarkan gambar 4.6 dan gambar 4.7 sesuai dengan konsep sisi pesan *one sided*, dimana dalam isi pesan ini kepentingan hanya dipegang oleh pengirim tanpa melibatkan pihak kedua dan pesan yang disampaikan ringan.

Kemudian, selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 17 konten yang termasuk ke dalam kategori isi pesan *two sided*. Berbeda halnya dengan konten *one sided* yang kepentingan pesan berada pada pengirim, pada konten yang menggunakan sisi pesan *two sided* ditandai dengan adanya kepentingan dua pihak yang berkomunikasi, yaitu pengirim dan pembaca isi pesan secara tersurat.



Gambar 4. 8 Konten akun @Pcosfighterindonesia 02 Februari 2021  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CKxv7CfhjKG/>)

Gambar 4.8 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 2 Februari 2021. Konten kolaborasi bersama tenaga ahli ini menyampaikan pesan edukasi mengenai penanganan *skin tag* pada penderita PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan bahwa penanganan *skin tag* tidak cukup hanya dengan menggunakan krim oles dan dibutuhkan tindakan operatif serta konsultasi lebih lanjut kepada dokter kulit dan kelamin. Konten ini termasuk ke dalam kategori sisi pesan *two sided*, hal ini dibuktikan dengan pesan mengandung kepentingan dua pihak yang berkomunikasi. Pihak kedua selaku pembaca dalam teks tersebut disebutkan secara tersurat. Seperti halnya, penyebutan pasien PCOS pada kalimat “Kontrol rutin dan penanganan berkala dianjurkan pada pasien PCOS dikarenakan kondisi *skin tag* dapat muncul kembali atau bersifat kambuh-kambuhan”.

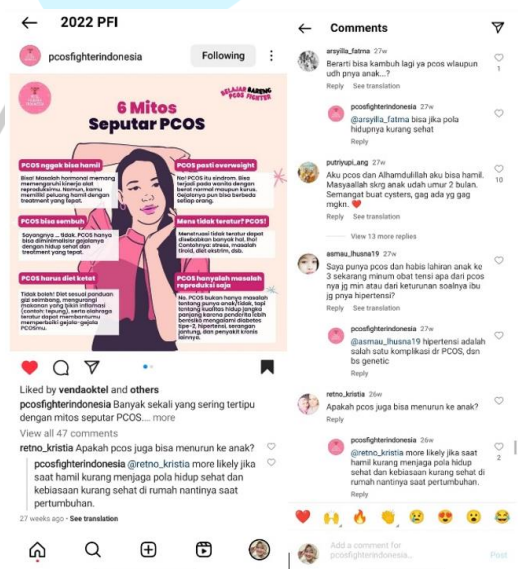


Gambar 4. 9 Konten akun @Pcosfighterindonesia 16 Maret 2020  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/B9yDMLyg9Hx/>)

Gambar 4.9 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 16 Maret 2020. Konten kolaborasi bersama tenaga ahli ini ingin menyampaikan pengertian dari *Polycystic Ovary Syndrome* (PCOS). Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan bahwa PCOS merupakan sekumpulan gejala dan kelainan heterogen yang terkait dengan sistem reproduksi dan metabolik. Hal ini dapat terjadi pada 1 dari 5 wanita dan umumnya PCOS ini lebih banyak terjadi pada wanita yang mengalami kegemukan atau obesitas. Konten ini termasuk ke dalam kategori sisi pesan *two sided*, hal ini

dibuktikan dengan adanya keterlibatan pihak kedua selaku pembaca yang turut memiliki kepentingan dalam teks tersebut secara tersurat. Seperti halnya, penyebutan penderita PCOS pada kalimat “Biasanya penderita PCOS, lebih banyak ditemukan pada wanita yang mengalami kegemukan/obesitas”. Sehingga berdasarkan gambar 4.8 dan gambar 4.9 sesuai dengan konsep sisi pesan *two side*, dimana dalam isi pesan melibatkan kepentingan dua pihak yang berkomunikasi, baik itu pengirim dan pembaca dalam isi pesan secara tersurat.

Adapun temuan peneliti dalam kategori sisi pesan, yaitu dalam penyampaian pesan pada konten dapat dibagi menjadi dua, diantaranya *one sided* dan *two sided*. Menurut peneliti dalam menentukan penggunaan sisi pesan *one sided* dan *two sided* akan bergantung pada tujuan dari komunikasi tersebut, konten dengan sisi pesan *one sided* memang akan dapat lebih mudah dipahami oleh audiens karena hanya melibatkan kepentingan satu pihak. Pesan *one sided* memiliki isi pesan cenderung ringan dan mudah dipahami membuat isi pesan ini cocok untuk diterima oleh masyarakat berpendidikan rendah dan tidak memiliki pandangan-pandangan negative terhadap konten. Namun, sisi pesan *two sided* atau isi pesan yang melibatkan kepentingan dua pihak yaitu dari sisi pengirim dan pembaca akan menjadi lebih baik karena penerima pesan dapat melihat dari dua sudut pandang yang berbeda dalam topik yang dibahas. Adapun tujuan lainnya untuk memberikan informasi yang lebih lengkap, objektif, dan seimbang kepada audiens, sehingga audiens dapat membuat keputusan yang tentang mengelola kesehatan mereka dengan baik.





Gambar 4. 10 Konten two side akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 1 Desember 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CIm86dcvsh8/>)

Pada pesan *two sided* juga dapat membantu meningkatkan hubungan yang lebih kuat dan saling pengertian antara pengirim dan penerima pesan, serta memungkinkan pengirim pesan untuk memperoleh umpan balik langsung dari penerima seperti pada Gambar 4.10 yang merupakan pesan *two sided* dari konten Instagram @Pcosfighter yang diunggah pada 1 Desember 2022 dan memperoleh umpan balik dari penerima pesan. Melibatkan audiens dalam pesan kesehatan juga memfasilitasi pertukaran informasi dua arah. Ini memberikan kesempatan bagi audiens untuk berbagi pengalaman, atau mengajukan pertanyaan, yang dapat meningkatkan pemahaman dan mendalami diskusi. Dengan terlibatnya kepentingan dua pihak dalam pesan akan membuat hubungan yang lebih intim terjalin dan kepercayaan diperkuat melalui interaksi yang positif dan partisipasi yang aktif. Pesan *two sided* menyajikan sudut pandang yang berbeda, sehingga mampu mendorong individu untuk berpikir secara kritis, menganalisis informasi dengan baik, dan dapat membuat keputusan yang lebih bijak.

Tabel 4. 5 Pengkategorian Konten dengan Sisi pesan

Gambar	Kategori	Deskripsi
Gambar 4.6.	<i>One Sided</i>	Pesan edukasi mengenai PCOS dan Resisten Insulin
Gambar 4.7.	<i>One Sided</i>	Pesan edukasi mengenai 10 makanan anti inflamasi untuk PCOS
Gambar 4.8.	<i>Two Sided</i>	Pesan edukasi mengenai penanganan skin tag bagi penderita PCOS
Gambar 4.9.	<i>Two Sided</i>	Pesan edukasi mengenai penderita PCOS yang lebih banyak ditemukan pada wanita yang mengalami kegemukan/obesitas

Sumber: Olahan Peneliti

#### 4.2.4. Urutan Penyajian Pesan Dalam Konten Edukasi

Peneliti melakukan analisis isi kualitatif pada konten Instagram @Pcosfighterindonesia dengan menggunakan kategori urutan penyajian pesan yang merupakan kategori dari konsep elemen pembentukan pesan. Dilakukannya

analisis menggunakan kategori urutan penyajian pesan agar peneliti dapat melihat struktur urutan pesan yang ada pada konten pesan edukasi akun Instagram @Pcosfighterindonesia ditampilkan mulai dari hal yang paling penting berada di awal atau diakhir. Pada penelitian ini, indikator sisi pesan terbagi menjadi 2, yaitu *anti climax* dan *climax*.

Pertama, *anti climax* secara sederhana dapat diartikan bahwa penyajian pesan informasi atau argumen yang paling penting diletakan di awal pesan dalam konten yang disajikan. Kedua, *climax* secara pengertian berbanding terbalik dengan *anti climax*. *Climax* merupakan penyajian pesan yang dilakukan dengan cara menempatkan argumentasi penting pada bagian akhir pesan. Sehingga perbedaan dari urutan penyajian pesan *anti climax* dan *climax* berada pada penempatan argumen atau pernyataan penting dalam sebuah pesan yang disajikan.

Dalam penelitian ini, terdapat 48 konten sebagai unit analisis dari tampilan feed Instagram @Pcosfighterindonesia yang akan diklasifikasikan sesuai dengan indikator pada kategori urutan penyajian pesan atau *order of presentation*. Setelah peneliti melakukan analisis isi kualitatif terhadap 48 konten tersebut, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Jumlah dan presentase konten berdasarkan kategori urutan penyajian pesan

Urutan penyajian pesan	Jumlah Konten	Presentase Konten
<i>Anti Climax</i>	37	77%
<i>Climax</i>	11	23%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan hasil bahwa konten *anti climax* merupakan kategori urutan penyajian pesan *anti climax* yang paling banyak diunggah oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia dengan jumlah konten sebanyak 37 (77%). Sedangkan, konten yang termasuk ke dalam kategori *climax* berjumlah 11 (23%) konten. Selanjutnya, secara berurutan akan disajikan konten berdasarkan kategori urutan penyajian pesan yang berada pada *feeds* Instagram @Pcosfighterindonesia periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023 sebagai unit analisis.

Selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 37 konten yang termasuk ke dalam kategori konten *anti climax*. Pada konten yang menggunakan urutan penyajian anti *climax* akan menempatkan informasi atau pernyataan paling penting di bagian awal pesan seperti halnya pada beberapa contoh konten berikut ini.



Gambar 4. 11 Konten akun @Pcosfighterindonesia 13 Oktober 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CjpdB1OvaD4/>)

Gambar 4.11 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 13 Oktober 2022. Konten ini membahas mengenai hasil penelitian mengenai konsumsi telur pada penderita prediabetes yang sedang menjalani diet terbatas karbohidrat. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan hasil studi terkait dengan konsumsi telur utuh yang dilakukan oleh penderita prediabetes dapat meningkatkan sensitivitas insulin dibandingkan dengan penderita prediabetes lainnya yang hanya mengonsumsi putih telur ataupun pengganti telur. Konten ini termasuk ke dalam kategori sisi pesan *anti climax*, hal ini dikarenakan informasi penting terkait dengan mengonsumsi kuning telur pada penderita prediabetes telah disampaikan pada kalimat pertama. Sedangkan pada kalimat kedua hanya berupa penjelasan tambahan atau pelengkap dari pembahasan di paragraph pertama, dibuktikan dengan adanya kalimat “Dalam penelitian lain juga membuktikan....”.



Gambar 4. 12 Konten akun @Pcosfighterindonesia 06 Oktober 2022  
(Sumber: [https://www.instagram.com/p/CjWwXq\\_PMbR/](https://www.instagram.com/p/CjWwXq_PMbR/))

Gambar 4.12 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 06 Oktober 2022. Isi pesan dalam konten ini ingin menyampaikan pentingnya vitamin D bagi penderita PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan pesan bahwa penderita PCOS membutuhkan vitamin karena memiliki peran-peran yang penting bagi tubuh dan bila kekurangan vitamin D akan memperparah gejala-gejala yang dimiliki oleh penderita PCOS. Konten ini termasuk ke dalam kategori urutan penyajian pesan *anti climax*, hal ini dibuktikan dengan kalimat pertama, “Vitamin D merupakan hormone steroid esensial yang berperan dalam menjaga hemostasis kalsium dan fosfat. Seperti yang kita tahu, Vitamin D sangatlah berperan untuk:...”, dimana kalimat tersebut penting karena secara langsung mampu menjawab pertanyaan pada judul konten. Sedangkan, informasi lainnya hanya menjadi pelengkap dari pernyataan penting yang berada pada awal pesan atau sebagai informasi tambahan. Sehingga, berdasarkan gambar 4.9 dan gambar 4.10 sesuai dengan definisi urutan penyajian *anti climax*, dimana dalam penyajian pesan tersebut menempatkan argumen atau pernyataan penting berada pada bagian awal pesan.

Kemudian, selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 7 konten yang termasuk ke dalam kategori urutan penyajian pesan *climax*. Konten dengan urutan penyajian pesan *climax* memiliki urutan informasi atau pernyataan yang paling penting berada pada bagian akhir pesan, sehingga pada awal pesan hanya berupa informasi-informasi yang bersifat umum seperti halnya pada konten-konten berikut ini:



Gambar 4. 13 Konten akun @Pcosfighterindonesia 13 Oktober 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CjpdB1OvaD4/>)

Gambar 4.13 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 13 Oktober 2022. Konten ini membahas mengenai manfaat yang dimiliki oleh putih dan kuning telur. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan kandungan yang dimiliki oleh putih telur yaitu kaya akan protein dan kuning telur kaya akan nutrisi. Konten ini termasuk ke dalam kategori urutan penyajian pesan *climax*, hal ini dikarenakan pada kalimat pertama, yaitu “Seperti yang sudah kita ketahui, telur terdiri dari putih telur dan kuning telur.” merupakan argumen yang sudah umum untuk diketahui banyak orang sehingga bukan menjadi informasi penting. Sedangkan pada kalimat berikutnya, “Putih telur kaya akan protein. Kuning telur kaya dengan nutrisi yang baik untuk kesehatan seperti kolin, yang baik untuk otak dan saraf, serta vitamin A, B, dan D.” menjadi argumen yang penting dalam konten ini.



Gambar 4. 14 Konten akun @Pcosfighterindonesia 23 Oktober 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CkCh6WjPPyd/>)

Gambar 4.14 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 06 Oktober 2022. Isi pesan dalam konten ini menyampaikan mengenai dampak kelelahan yang mampu melemahkan wanita dengan PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan pesan bahwa kelelahan setelah aktivitas yang padat bukan lah suatu hal yang aneh, namun bagi penderita PCOS kelelahan dapat melemahkan karena dapat menyebabkan gangguan memori, kinerja yang buruk di tempat kerja, dan penurunan kemampuan secara keseluruhan untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan emosional. Konten ini termasuk ke dalam kategori urutan penyajian pesan *climax*, hal ini dibuktikan dengan isi pesan dalam konten tersebut hanya ada 2 kalimat. Kalimat pertama menjelaskan umum bahwa wanita tanpa PCOS setelah terlalu banyak beraktivitas dapat merasa kelelahan. Sedangkan, pada kalimat kedua memberikan informasi bahwa kelelahan itu bisa melemahkan bagi wanita dengan PCOS karena dampak yang ditimbulkan dari kelelahan tersebut. Tentunya juga hal yang berkaitan dengan PCOS secara langsung akan menjadi hal yang dianggap penting bagi pembaca terutama penderita PCOS. Sehingga berdasarkan gambar 4.13 dan gambar 4.14 sesuai dengan definisi urutan penyajian *climax*, dimana dalam pesan tersebut menempatkan argumen penting pada bagian akhir pesan.

Adapun temuan peneliti dalam kategori urutan penyajian, yaitu akun Instagram @Pcosfighterindonesia memiliki konten dengan urutan penyajian *anti climax* lebih banyak diunggah oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Menurut peneliti, informasi atau pernyataan yang berada pada bagian awal pesan dapat menarik minat pembaca untuk membaca keseluruhan isi konten tersebut. Selain itu, menempatkan argumen atau pernyataan penting pada bagian awal pesan mampu memudahkan para pembaca untuk mendapatkan gambaran dari keseluruhan konten. Penyajian pesan ini juga umum digunakan dalam penulisan jurnalistik dengan menggunakan pendekatan piramida terbalik, dimana pendekatan penulisan ini menempatkan informasi yang paling penting di bagian awal dan informasi yang kurang penting ditempatkan di bagian-bagian berikutnya.

Konten yang menggunakan urutan penyajian anti climax dapat dengan sengaja dilakukan agar dapat menghasilkan pernyataan atau argumen menarik untuk memikat hati pembaca. Namun perlu diperhatikan bahwa jangan sampai

argument tersebut menimbulkan kesan dramatis yang berlebihan hingga membuat pembaca kecewa karena informasi lengkapnya tidak sesuai dengan yang disampaikan pada bagian awal pesan. Kemudian, akun @Pcosfighterindonesia merupakan sebuah komunitas yang bergerak pada bidang kesehatan sehingga kredibilitas pesan harus tetap dipertahankan. Penggunaan urutan penyajian pesan *anti climax* cukup dapat digunakan untuk menciptakan ketegangan, menarik minat audiens, dan memperkuat cara agar pesan lebih efektif.

Berbeda halnya dengan urutan penyajian pesan *climax*, pendekatan komunikasi yang digunakan yaitu membangun ketegangan atau minat secara perlahan seiring dengan penyampaian informasi hingga tujuannya mencapai puncak atau titik tertinggi dalam pesan tersebut pada bagian akhir pesan. Urutan penyajian pesan *climax* berusaha menjaga minat audiens untuk membaca pesan hingga mencapai efek *climax* di akhir pesan.

Tabel 4. 7 Pengkategorian Konten dengan Urutan Penyajian Pesan

Gambar	Kategori	Deskripsi
Gambar 4.11.	<i>Anti Climax</i>	Kalimat pertama mengandung argument penting, dan kalimat berikutnya hanya pelengkap.
Gambar 4.12.	<i>Anti Climax</i>	Kalimat pertama argument penting yang menjawab pertanyaan pada judul konten, dan kalimat berikutnya pelengkap.
Gambar 4.13.	<i>Climax</i>	Kalimat pertama argumen umum, kalimat berikutnya argument penting.
Gambar 4.14.	<i>Climax</i>	Kalimat pertama argumen umum, kalimat berikutnya argument penting.

Sumber: Olahan Peneliti

#### 4.2.5. Daya Tarik Pesan Dalam Konten Edukasi

Peneliti melakukan analisis isi kualitatif pada konten Instagram @Pcosfighterindonesia dengan menggunakan kategori daya tarik pesan yang merupakan kategori dari konsep elemen pembentukan pesan. Dilakukannya analisis menggunakan kategori daya tarik pesan agar peneliti dapat melihat daya tarik pesan apa yang dimiliki pada konten pesan edukasi akun Instagram

@Pcosfighterindonesia dalam menarik minat pembaca. Pada penelitian ini, indikator daya tarik pesan terbagi menjadi 3, yaitu *fear appeals*, *emotional appeals*, dan *rational appeals*.

Pertama, daya tarik pesan *fear appeals* yaitu daya tarik yang dimiliki pesan berupa membangkitkan rasa takut bagi para pembacanya, misalnya ketika isi pesan menyampaikan konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi apabila tidak mematuhi rekomendasi dari isi pesan. Kedua, *emotional appeals* merupakan pesan yang mengandung daya tarik pesan dari segi emosional. Ketiga, *rational appeals* merupakan isi pesan berupa hal-hal yang logis, faktual, dan rasional.

Dalam penelitian ini, terdapat 48 konten sebagai unit analisis dari tampilan *feeds* Instagram @Pcosfighterindonesia yang akan diklasifikasikan sesuai dengan indikator pada kategori daya tarik pesan. Setelah peneliti melakukan analisis isi kualitatif terhadap 48 konten tersebut, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Jumlah dan presentase konten berdasarkan kategori sisi pesan

Daya Tarik Pesan	Jumlah Konten	Presentase Konten
<i>Fear Appeals</i>	7	15%
<i>Rational Appeals</i>	40	83%
<i>Emotional Appeals</i>	1	2%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan hasil bahwa konten dengan daya tarik *rational appeals* merupakan kategori sisi pesan yang paling banyak diunggah oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia dengan jumlah konten sebanyak 40 (83%). Sedangkan, konten dengan daya tarik *fear appeals* berjumlah 7 (15%) konten. Konten dengan daya tarik pesan *emotional appeals* hanya ada 1 (2%) konten saja. Selanjutnya, secara berurutan akan disajikan konten berdasarkan daya tarik pesan yang berada pada *feeds* Instagram @Pcosfighterindonesia periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023 sebagai unit analisis.

Selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 7 konten yang termasuk ke dalam konten dengan daya tarik pesan *fear appeals*. Pada konten yang menggunakan daya tarik *fear appeals*, isi pesan pada konten tersebut mampu



membangkitkan perasaan takut maupun khawatir kepada pembacanya, seperti halnya pada beberapa contoh konten berikut ini.



Gambar 4. 15 Konten akun @Pcosfighterindonesia 17 Maret 2020 (Sumber: <https://www.instagram.com/p/B9yDMLyg9Hx/>)

Gambar 4.15 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 17 maret 2020. Konten tersebut merupakan konten kolaborasi bersama tenaga ahli, pesan edukasi yang disampaikan dalam konten tersebut mengenai pengaruh PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia ingin menyampaikan bahwa salah satu pengaruh PCOS yaitu terjadi pada alat reproduksi. Konten ini termasuk ke dalam kategori daya tarik pesan *fear appeals*, hal ini dibuktikan dengan dominasi isi teks yang mampu membangkitkan rasa takut kepada pembacanya. Mulai dari sel telur pada alat reproduksi penderita PCOS memiliki ukuran yang kecil-kecil sehingga ovulasi tidak terjadi, dan apabila sel telur membesar maka akan ada resiko yang terjadi saat kehamilan.



Gambar 4. 16 Konten akun @Pcosfighterindonesia 22 Oktober 2022 (Sumber: [https://www.instagram.com/p/Cj\\_9H8Hvs5a/](https://www.instagram.com/p/Cj_9H8Hvs5a/))

Gambar 4.16 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 22 Oktober 2022. Konten pesan edukasi yang disampaikan dalam konten tersebut mengenai resiko tinggi yang dapat menyerang apabila *sleep apnea* tidak segera ditangani. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia terdapat resiko yang tinggi apabila tidak segera mengatasi *sleep apnea*, diantaranya Diabetes tipe 2, Hipertensi, Gangguan fungsi hati, Depresi, Sakit kepala berkepanjangan, sindrom metabolik, dan penyakit jantung. Konten ini termasuk ke dalam kategori daya tarik pesan *fear appeals*, hal ini dibuktikan dengan pesan yang berisikan jenis-jenis penyakit yang mampu menyerang orang dengan *sleep apnea* yang tidak ditangani. Konten ini juga memberikan rekomendasi agar seseorang yang mengalami *sleep apnea* untuk segera ditangani dan apabila tidak mengikuti rekomendasi tersebut maka terdapat resiko yang mungkin terjadi. Sehingga berdasarkan gambar 4.15 dan gambar 4.16 sesuai dengan definisi daya tarik *fear appeals* bahwa isi pesan mampu membangkitkan rasa takut dan dapat berupa konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi apabila tidak mengikuti rekomendasi dari isi pesan.

Kemudian, selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 40 konten yang termasuk ke dalam kategori daya tarik pesan *rational appeals*. Konten dengan daya tarik pesan *rational appeals* memiliki isi pesan yang rasional, faktual dan logis seperti halnya konten-konten berikut ini:



Gambar 4. 17 Konten akun @Pcosfighterindonesia 14 Oktober 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CjraJlpvPwV/>)

Gambar 4.17 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 14 Oktober 2022. Konten ini membahas 12 gejala depresi pada PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia menjelaskan bahwa terdapat 12 gejala depresi pada penderita PCOS. Konten ini termasuk ke dalam kategori daya tarik pesan *rational appeals*, hal ini dikarenakan pada kalimat pertama, yaitu “12 gejala depresi pada penderita PCOS.”. Kemudian, diikuti dengan poin-poin yang menjadi gejala depresi pada penderita PCOS. Dimana poin-poin gejala tersebut dihasilkan dari sumber-sumber penelitian sehingga dapat dikatakan bahwa isi pesan tersebut faktual dan bila 12 gejala tersebut dikaitkan dengan adanya depresi pun tetap dapat diterima dengan logika. Poin-poin dari 12 gejala depresi pada PCOS yang disampaikan dalam pesan tersebutpun disampaikan secara langsung tanpa adanya narasi yang memungkinkan untuk konten ini dapat dikatakan sebagai *fear appeals* maupun *emotional appeals*. Kalimat yang ditunjukkan pun tidak mengundang kekhawatiran secara berlebihan hingga membuat pembaca merasa takut dan emosinya terbangkitkan.

Konten-konten sejenis pada gambar 4.17 yang diunggah oleh akun @Pcosfighterindonesia termasuk ke dalam *rational appeals*. Selain faktual dan logis, pesan dengan daya tarik rasional seringkali mengandalkan keahlian dalam mencapai kepercayaan dan kredibilitas. Mereka mungkin merujuk pada peneliti, ahli, atau sumber terpercaya lainnya untuk mendukung isi pesan yang sudah buat. Konten dengan pesan edukasi kesehatan ini biasanya menyajikan informasi yang jelas, akurat, dan terbukti secara ilmiah.



Gambar 4. 18 Konten akun @Pcosfighterindonesia 12 Desember 2022  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CmEBTWCNWXE/>)

Gambar 4.18 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 12 Desember 2022. Isi pesan dalam konten ini ingin menyampaikan mengenai manfaat akupuntur bagi PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia menjelaskan bahwa terdapat 6 manfaat dari dilakukannya akupuntur untuk wanita dengan PCOS. Konten ini termasuk ke dalam kategori daya tarik pesan *rational appeals*, hal ini dibuktikan dengan isi pesan merupakan informasi faktual dari hasil pencarian beberapa sumber penelitian. 6 manfaat akupuntur tersebut juga menjadi pesan yang logis karena sudah dibuktikan kebenaran manfaat akupuntur tersebut berdasarkan sumber-sumber yang digunakan pada pesan edukasi kesehatan tersebut. Pesan dalam konten tersebut membahas mengenai manfaat sehingga isi pesan tersebut membahas mengenai hal-hal positif, sehingga tidak memungkinkan untuk masuk ke dalam kategori *fear appeals*. Pembahasan dari isi pesan pun disampaikan secara tidak berlebihan sehingga belum mampu membangkitkan emosional audiens yang membaca.

Pesan dengan daya tarik rasional yang membahas manfaat dapat menekankan konsekuensi positif yang mungkin terjadi dan berusaha meyakinkan individu bahwa pilihan yang dapat dipilih adalah yang paling rasional dan menguntungkan. Pesan daya tarik rasional seperti pada gambar 4.18 umumnya akan berfokus pada pertimbangan rasional dan logis, seperti keuntungan jangka panjang, dampak yang dihasilkan, efektivitas, keamanan, dan alasan-alasan berbasis logika lainnya untuk meyakinkan individu bahwa keputusan yang didasarkan pada pertimbangan rasional adalah yang terbaik untuk mereka.



Gambar 4. 19 Konten akun @Pcosfighterindonesia 02 Februari 2021  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CKxv7CfhjKG/>)

Gambar 4.19 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 02 Februari 2021. Isi pesan dalam konten ini membahas mengenai penyebab skintag yang terjadi pada penderita PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia menjelaskan bahwa masalah lain yang dapat ditemui pada PCOS adalah skin tag yang tumbuh dipermukaan kulit terutama pada bagian leher, dada, ataupun ketiak. Konten ini termasuk ke dalam kategori daya tarik pesan rational appeals, hal ini dibuktikan dengan isi pesan merupakan penjelasan mengenai penyakit skin tag dan hal ini dikemukakan oleh tenaga ahli yaitu dr kulit dan kelamin. Isi pesan dari konten ini juga dapat diterima secara logis. Sehingga berdasarkan gambar 4.17 dan gambar 4.18 sesuai dengan definisi daya tarik pesan rational appeals yaitu isi pesan berupa informasi yang faktual, rasional dapat dapat diterima dengan logika.

Selanjutnya, selama periode Januari 2019 sampai dengan Januari 2023, terdapat 1 konten yang termasuk ke dalam kategori *emotional appeals*. *Emotional appeals* adalah daya tarik pesan dengan pendekatan komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi emosi dan perasaan individu dengan tujuan membujuk atau memotivasi masyarakat untuk melakukan perilaku kesehatan yang baik. Daya tarik pesan ini digunakan untuk membentuk ikatan emosional dengan audiens, membangkitkan emosi khusus, dan mendorong audiens untuk mengambil tindakan yang diinginkan. Konten dengan daya tarik pesan emotional appeals memiliki isi pesan yang mampu membangkitkan perasaan positif berupa suasana hati yang baik, kehangatan, dan kebanggaan. seperti halnya konten berikut ini:



Gambar 4. 20 Konten akun @Pcosfighterindonesia 12 Desember 2022 (Sumber: <https://www.instagram.com/p/C1m86dcvsh8/>)

Gambar 4.20 merupakan postingan akun Instagram @Pcosfighterindonesia pada 12 Desember 2022. Isi pesan dalam konten ini membahas mengenai 6 mitos seputar PCOS. Berdasarkan isi teks tersebut, akun @Pcosfighterindonesia memberikan penjelasan terkait 6 mitos seputar PCOS yang tidak benar. Konten ini termasuk ke dalam kategori daya tarik pesan *emotional appeals*, hal ini dibuktikan dengan isi pesan yang dapat memberikan ketenangan bagi pembaca, seperti halnya penjelasan mengenai PCOS masih memiliki peluang untuk hamil, PCOS bukan hanya untuk wanita yang *overweight*, mens tidak teratur bukan berarti pasti menderita PCOS. Kemudian saat membantah mitos positif terkait PCOS, pemilihan kosa kata yang digunakan tidak dramatis sehingga dapat menenangkan pembaca. Sehingga konten ini dapat dikatakan sebagai konten dengan daya tarik *emotional appeals*.

- Adapun temuan peneliti dalam kategori daya tarik pesan, yaitu daya tarik pesan *rational* paling banyak dimiliki akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Hal ini dikarenakan konten-konten yang dibagikan berupa pesan edukasi kesehatan yang sebaiknya didasarkan pada rasionalitas. Informasi kesehatan yang faktual, logis, dan terpercaya sangat penting untuk memastikan sebuah keputusan yang tepat bagi pembaca dalam menjaga kesehatan dan mengelola kondisi medis yang dimilikinya.

*Rational appeals* memanfaatkan logika dan penalaran untuk menyampaikan informasi. Hal ini melibatkan penyajian fakta, bukti, dan argumen yang rasional dan berbasis pada pengetahuan yang terverifikasi. Untuk itu, banyaknya *rational appeals* yang ada pada konten akun Instagram @Pcosfighterindonesia dikarenakan sumber-sumber yang dicantumkan pada konten visualnya. Sumber-sumber tersebut berasal dari penelitian dalam dan luar negeri. Dalam pesan edukasi, sangat penting untuk memberikan sebuah fakta yang valid dan relevan, serta menjauhkan dari sebuah asumsi yang tidak didukung oleh buktiilmiah. Pendekatan *rational appeals* juga dapat menjadi alat persuasif yang kuat. Ketika informasi kesehatan disajikan secara terorganisir, berbasis fakta, dan menggunakan argumen logis, maka dapat meningkatkan kemungkinan bahwa audiens akan menerima pesan dan menjalankan perilaku sehat yang diinginkan.

Kemudian, pesan yang menggunakan daya tarik *fear appeals* sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk menyadarkan individu tentang risiko kesehatan tertentu dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan pencegahan atau perubahan perilaku yang positif. Namun, pesan edukasi kesehatan dengan daya tarik *fear appeals* harus dilakukan dengan hati-hati dan dalam konteks yang tepat agar tidak terjadinya kecemasan berlebih pada audiens hingga menyebabkan audiens dapat salah mengambil keputusan untuk kesehatannya. Penggunaan daya tarik *fear appeals* yang dapat diterapkan dalam konten pesan edukasi kesehatan, salah satunya yaitu mengenai dampak atau resiko kesehatan yang kemudian dapat diarahkan menjadi tindakan pencegahan. Ketakutan yang dipicu oleh *appeals* dapat menjadi dorongan bagi individu untuk mengubah perilaku mereka. Jika pesan menyajikan ancaman yang signifikan terhadap kesehatan, individu cenderung merasa terdorong untuk menghindari risiko tersebut dan mengadopsi perilaku yang lebih sehat. Selain itu, pesan yang menekankan dampak negatif yang mungkin terjadi dapat memicu respons emosional yang kuat, memotivasi individu untuk mengambil tindakan lebih cepat dan lebih serius.

Selanjutnya, *emotional appeals* menjadi daya tarik pesan yang paling sedikit digunakan oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia. Padahal *emotional appeals* dapat bermanfaat untuk meningkatkan kedekatan bersama audiens melalui ikatan emosi seperti halnya menyajikan konten yang mampu meningkatkan suasana hati audiens hingga mampu mengarahkan audiens untuk melakukan tindakan yang direkomendasikan pada konten yang dibagikan tersebut. *Emotional appeals* juga dapat menciptakan hubungan empati antara pihak pertama selaku pengirim pesan dan pihak kedua selaku pembaca pesan. Emosi yang kuat dapat menjadi pemicu motivasi bagi individu untuk mengambil tindakan yang sesuai terkait dengan kesehatan mereka.

Pesan yang membangkitkan emosi positif, seperti harapan atau sukacita, dapat memotivasi individu untuk menjaga kesehatan mereka. Sementara itu, pesan yang membangkitkan emosi negatif, seperti kesedihan atau takut, dapat memotivasi individu untuk menghindari risiko dan mengubah perilaku yang tidak sehat. Emosi yang kuat dapat membantu meningkatkan daya ingat dan pemahaman terhadap pesan kesehatan. Individu cenderung mengingat pesan yang memicu emosi dengan

lebih baik daripada pesan yang bersifat netral. Penggunaan cerita, gambar, atau testimonial yang mengandung emosi dapat membantu meningkatkan daya ingat dan pemahaman audiens. Ketika konten komunikasi kesehatan menunjukkan pemahaman dan kepedulian terhadap kekhawatiran, kesulitan, atau rasa gelisah yang dialami oleh audiens, hal itu dapat membangun rasa koneksi emosional. Audiens juga mungkin akan merasa didengar, dihargai, dan lebih menerima pesan yang telah disampaikan.

Dengan demikian akun Instagram @Pcosfighterindonesia dapat menyajikan konten dengan daya tarik pesan yang lebih beragam untuk meningkatkan kedekatan bersama audiens, namun pesan yang disampaikan harus berlandaskan rasionalitas. Dalam konteks pesan edukasi kesehatan, konten yang menggugah emosi seperti kasih sayang, kepedulian, harapan, takut, kegembiraan, atau emosi lainnya, dapat membuat audiens lebih terhubung dengan pesan yang disampaikan. Hal ini membantu menciptakan ikatan yang lebih kuat antara audiens dan pesan yang ingin disampaikan. Pesan kesehatan yang membangkitkan emosi, baik itu rasa takut, kebahagiaan, harapan, atau emosi lainnya, cenderung lebih memikat perhatian audiens. Oleh karena itu, gunakanlah elemen emosional secara bijaksana untuk menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan audiens.

Tabel 4. 9 Pengkategorian Konten dengan Daya Tarik Pesan

Gambar	Kategori	Deskripsi
Gambar 4.15.	<i>Fear Appeals</i>	Pesan edukasi mengenai pengaruh PCOS terhadap reproduksi.
Gambar 4.16.	<i>Fear Appeals</i>	Pesan edukasi mengenai resiko mengalami sleep apnea yang tidak ditangani.
Gambar 4.17.	<i>Rational Appeals</i>	Pesan edukasi mengenai 12 gejala depresi pada penderita PCOS.
Gambar 4.18.	<i>Rational Appeals</i>	Pesan edukasi mengenai 6 manfaat akupunktur.
Gambar 4.19.	<i>Rational Appeals</i>	Pesan edukasi mengenai skintag dan disampaikan oleh tenaga ahli.
Gambar 4.20.	<i>Emotional Appeals</i>	Pesan edukasi mengenai mitos seputar PCOS.

Sumber: Olahan Peneliti



#### 4.2.6 Tanggapan Konten akun Instagram @Pcosfighterindonesia

Reaksi atau pendapat yang dihasilkan oleh pengguna Instagram saat menerima sebuah konten dapat dikatakan sebagai tanggapan terhadap konten. Tanggapan terhadap konten menjadi bukti bahwa media sosial memberikan ruang untuk dapat melakukan interaksi, namun dalam hal ini tidak selamanya tanggapan yang diberikan dan diterima oleh pengguna Instagram selalu positif. Hal ini dikarenakan tanggapan berasal dari sudut pandang masing-masing individu dalam memberikan pendapat mengenai konten yang diterima.

Tanggapan positif dapat berupa pernyataan setuju terhadap konten, menunjukkan rasa simpati terhadap isu yang dibahas, dan ungkapan terimakasih atas informasi yang diperoleh dari konten tersebut. Sedangkan, tanggapan negatif dapat berupa pernyataan tidak setuju yang disampaikan dengan perkataan menghina, menyindir, dan menghasut orang lain untuk turut mengungkapkan ungkapan negatif lainnya. Pada tanggapan negatif, umumnya ditujukan untuk melakukan elakan dan menyudutkan pihak tertentu. Tentunya pengguna Instagram berupaya untuk dapat menghasilkan tanggapan positif dari konten yang sudah dibagikannya, begitupun dengan akun Instagram @Pcosfighterindonesia yang membagikan konten pesan edukasi kesehatan wanita khususnya mengenai PCOS.

Setelah peneliti melihat secara keseluruhan tanggapan konten melalui komentar-komentar yang diperoleh oleh akun Instagram @Pcosfighterindonesia, tanggapan yang diperoleh termasuk kedalam tanggapan positif. Hal ini dibuktikan dengan adanya pernyataan setuju terhadap konten sehingga banyak pengguna yang turut bertanya pada kolom komentar karena ketertarikan terhadap konten tersebut, adanya ungkapan rasa simpati yang ditunjukkan oleh pengguna Instagram terhadap konten @Pcosfighterindonesia melalui kolom komentar, dan ucapan terimakasih terhadap informasi yang diperoleh.

Pertama, tanggapan positif yang ditujukan dengan adanya ungkapan setuju terhadap informasi yang dibagikan pada konten Instagram @Pcosfighterindonesia. Peneliti melihat bahwa bukan sekedar setuju dengan informasi yang dibahas pada konten tapi juga banyak pengguna Instagram yang

turut membagikan ceritanya atau pengalaman pribadinya terkait informasi tersebut. Sehingga memungkinkan pembaca dari komentar tersebut turut percaya atas pernyataan setuju karena dibuktikan oleh cerita pengalaman dari penulis komentar.



Gambar 4. 21 Ungkapan setuju terhadap konten-konten akun Instagram @Pcosfighterindonesia (Sumber: <https://www.instagram.com/pcosfighterindonesia/>)

Pada gambar 4.21 merupakan beberapa contoh komentar pada konten Instagram @Pcosfighterindonesia berupa ungkapan setuju terhadap informasi yang di bahas pada konten. Terlihat juga terdapat ungkapan setuju diiringi dengan cerita pengalamannya, seperti pada komentar akun Instagram @suryowijoyoyoga:

“Aku banget, padahal pake ac, tapi gerah trs bahkan saat cuaca dingin pun cpt bgt gerah sampe sering skt kepala karena gakuat gerah”

Dalam komentar tersebut, akun @suryowijoyoyoga mengutarakan bahwa ia turut merasakan seperti informasi yang disampaikan melalui konten dibuktikan dengan kalimat “Aku banget,...”. Kemudian, ia menyampaikan pengalamannya bahwa pada cuaca dingin pun tetap sering merasakan gerah. Dengan membagikan pengalamannya tersebut dapat membuat pengguna lain yang membaca komentar dan mengalami hal yang sama seperti yang sudah diceritakan oleh akun @suryowijoyoyoga dapat turut ikut mengungkapkan pernyataan setuju di kolom komentar. Adanya kesamaan ketertarikan dan pengalaman yang dituliskan pada isi pesan konten dengan audiens, menimbulkan ungkapan positif yang diutarakan oleh audien di kolom komentar.

Kedua, tanggapan positif dengan memberikan komentar dengan ungkapan rasa simpati yang diberikan oleh pengguna Instagram. Peneliti melihat bahwa ungkapan rasa simpati ini banyak disampaikan oleh sesama pejuang PCOS, salah satu bentuk simpati yang ditunjukkan berupa memberikan semangat dan meyakinkan diri satu sama lain dari para pejuang PCOS.



Gambar 4. 22 Ungkapan rasa simpati terhadap konten-konten akun Instagram @Pcosfighterindonesia (Sumber: <https://www.instagram.com/pcosfighterindonesia/>)

Pada gambar 4.22 merupakan beberapa contoh komentar pada konten Instagram @Pcosfighterindonesia berupa ungkapan rasa simpati terhadap informasi yang di bahas pada konten. Terlihat bahwa rasa simpati yang diungkapkan berupa memberikan rasa semangat kepada para pejuang PCOS, terdapat juga cerita pengalaman dalam berjuang menghadapi PCOS, seperti pada komentar akun Instagram @ratnadewii.p:

“Aku pcos fighter yang hampir semua gejala ada, tapi Alhamdulillah qadarullah dengan izin Allah aku bisa hamil dengan promil pil kb karena sebelum hamil bener2 bisa haid hanya setahun sekali. Setelah treatment kesana kemari dengan hasil yang belum ada, akhirnya aku putuskan buat pake pil kb, niat awalnya Cuma biar mens aja, sampe 2 siklus berhenti karena gak kuat nyeri haidnya. Lepas kb 4 bulan bulan gak haid ternyata hamil udah 2 bulan. Semangat ya cyster2 semua”

Dalam komentar tersebut, akun @ratnadewii.p menceritakan pengalamannya untuk memperoleh keturunan. Akun @ratnadewii.p melewati beberapa kali program hamil dan berhasil memperoleh anak dengan menggunakan promil pill kb. pada akhir ceritanya, ia memberikan semangat kepada sesama pejuang PCOS yang dibuktikan dengan kalimat “Semangat ya cyster2 semua”. Terlihat, banyak sekali ucapan doa dan semangat yang disampaikan oleh sesama

penjuang PCOS di kolom komentar. Ucapan-ucapan ini dapat menjadi dukungan sosial bagi para pengguna Instagram yang melakukan interaksi di kolom komentar, sekaligus menjadi tanggapan positif konten bagi akun Instagram pemilik konten tersebut.

Hal ini juga memberikan dukungan emosional bagi individu yang sedang menghadapi tantangan kesehatan khususnya PCOS. Ketika seseorang merasa didukung dan diberi perhatian oleh orang-orang di sekitarnya, mereka cenderung merasa lebih kuat, lebih bersemangat, dan lebih mampu menghadapi perubahan atau tantangan yang terkait dengan kesehatan. Dengan adanya dukungan-dukungan yang positif ini, membuat individu lebih mungkin untuk merespons dengan tanggapan yang positif terhadap konten pesan edukasi kesehatan dan lebih termotivasi untuk menjaga kesehatan mereka.

Ketiga, tanggapan positif dengan mengungkapkan rasa terimakasih terhadap informasi yang dibagikan melalui konten Instagram @Pcosfighterindonesia. Peneliti menemukan bahwa tanggapan positif yang diungkapkan dengan ucapan terimakasih tidak secara langsung ditujukan pada konten. Ungkapan terimakasih hanya diberikan saat adanya pertanyaan yang di jawab oleh Admin PFI pada kolom komentar ataupun pengguna Instagram lain yang memberikan informasi tambahan melalui kolom komentar.

Secara keseluruhan, peneliti tidak menemukan adanya komentar negatif pada akun Instagram @Pcosfighterindonesia, tentunya hal ini berkaitan dengan penyampaian pesan edukasi kesehatan melalui konten-konten yang telah dibagikan. Tanggapan negatif dalam komentar dapat memicu stigmatisasi dan diskriminasi terhadap individu atau kelompok tertentu. Komentar yang merendahkan, memicu perpecahan, atau menghina dapat memperburuk komunitas sosial didalamnya dan merugikan individu atau kelompok yang menjadi target komentar tersebut. Oleh karena itu penting sekali untuk menjaga konten-konten yang disajikan mendapatkan tanggapan positif. Konten yang berkualitas, mudah dipahami, dan relevan tentunya akan menghasilkan tanggapan-tanggapan positif dari pengguna Instagram. Konsistensi dalam menghadirkan konten dan berinteraksi di media sosial juga sangat penting karena hal ini dapat meningkatkan hubungan keterikatan antara akun @Pcosfighterindonesia dengan *followersnya*.

Menurut peneliti, memahami audiens menjadi hal yang penting sebelum membuat konten pesan edukasi. Konten kreator dapat kenali siapa target audiens di media sosial, pelajari minat serta preferensi, dan kebutuhan audiens. Dengan memahami audiens, maka dapat membuat konten yang relevan dan menarik bagi mereka. Hal ini selaras dengan apa yang dilakukan oleh PFI, berdasarkan hasil wawancara bahwa akun PFI juga turut menyajikan konten sesuai kebutuhan Cyster agar konten yang disajikan relevan. Selain itu penulisan yang jelas, singkat, dan menarik akan membantu konten yang dibagikan lebih mudah dipahami dan dinikmati oleh audiens. Tanggapan positif dalam bentuk komentar atau pesan dukungan dapat memperkuat rasa percaya diri dan harga diri individu yang membagikan konten. Akun @Pcosfighterindonesia akan merasa dihargai, diakui, dan didukung oleh komunitas mereka. Hal ini dapat meningkatkan motivasi untuk terus berbagi konten dan mengembangkan identitas di *platform* Instagram.

- Dengan mendapatkan tanggapan positif dapat menjadi pendorong motivasi bagi individu untuk terus berkarya dan meningkatkan kualitas konten yang dibagikan. Dukungan dari pengikut dan komunitas dapat memberikan dorongan yang kuat untuk mencapai tujuan pribadi, berkembang, dan meningkatkan keterlibatan dalam platform. Tanggapan positif juga dapat membuka peluang kolaborasi atau kesempatan baru bagi akun @Pcosfighterindonesia. Ketika konten mendapatkan respon positif, hal ini dapat menarik perhatian pengguna lain, merek, atau pelaku industri yang tertarik untuk berkolaborasi serta memberikan peluang baru. Hal ini dapat menciptakan lingkungan yang positif, inklusif, dan membangun pada akun @Pcosfighterindonesia sebagai komunitas virtual di Instagram. Dengan demikian, akun Instagram @Pcosfighterindonesia tetap dapat mempertahankan kualitas kontennya agar tetap memperoleh tanggapan positif dari pengguna Instagram. Kemudian, konsisten dalam mengunggah konten juga penting untuk meningkatkan umpan balik dari para pengikut akun Instagram PFI. Konsistensi menjadi salah satu kunci dalam mengembangkan komunitas di Instagram. Kolaborasi-kolaborasi yang telah dilakukan oleh PFI juga menjadi nilai tambah untuk menghasilkan lebih banyak tanggapan positif dari para pengguna Instagram.

