

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

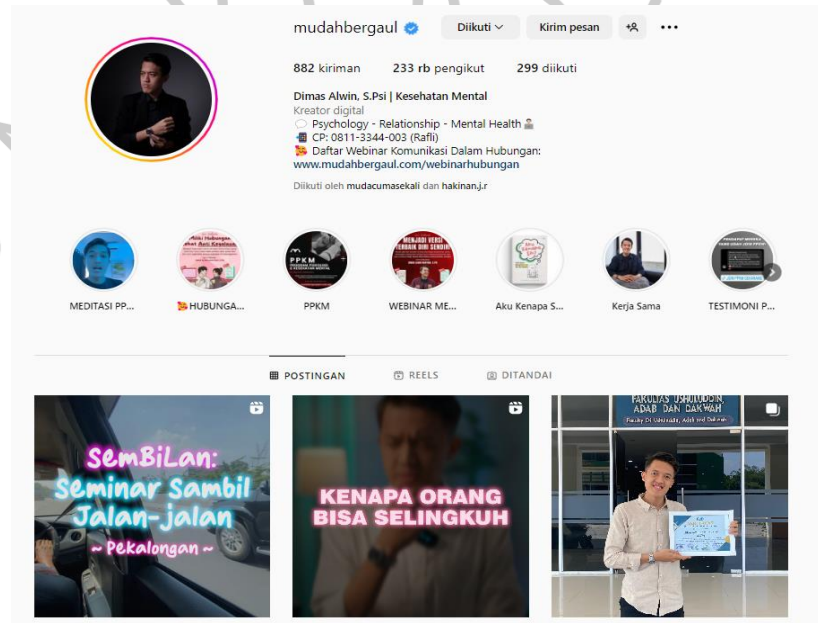
Pada bab ini, peneliti menjabarkan hasil umum subyek penelitian, setelah itu peneliti akan menjabarkan dengan hasil frekuensi pada postingan Instagram @mudahbergaul dengan hastag #demikesehatanmental selama periode 1 November 2022 - 30 Januari 2023, setelah itu peneliti akan mengkategorisasikan kumpulan postingan yang telah di dapatkan dari unit analisis, kemudia peneliti memilih beberapa postingan yang dapat mewakili kategori dimensi pesan yang di anggap penting dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan analisis pada konten postingan @mudahbergaul berupa konten yang berisikan teks visual yang telah ditampilkan, pemaknaan pesan yang di analisis dikaitkan dengan fenomena yang terjadi sesuai periode yang ditentukan.

Pengkategorian postingan konten Instagram @mudahbergaul yang diberikan hastag #demikesehatanmental dianalisis dengan kategori *message sideness* dengan indikator *one side* dan *two side*, lalu kategori order of presentation dengan indikator climax vs anticlimax serta recency vs primacy, lalu kategori daya tarik pesan dengan indikator yaitu *threat appeals* atau *fear*, *emotional appeals*, *rational appeals*, *motivational appeals*, dan *humoris appeals*, dan kategori yang terakhir yaitu kandungan pesan dengan kategori informatif dan persuasif, penjabaran seluruh konten yang ada dalam Instagram @mudahbergaul dengan hastag #demikesehatanmental merupakan konten yang dimiliki oleh Dimas Alwin selaku content creator pada Instagram @mudahbergaul.

4.1 Subjek Penelitian

Instagram @mudahbergaul sebagai media Instagram yang berbentuk suatu komunitas yang peduli akan kesehatan mental hingga adanya komunitas komunitas tersebut karena kesamaan kondisi yang di alami, dalam hal ini saya akan memfokuskan pemikiran audiens yang ada @mudahbergaul dalam menerima pesan kesehatan mental

pada komunitas. Hal ini tentu akan menjawab kebutuhan akan bimbingan konseling dan pengetahuan mengenai kesehatan mental akan sangat mempermudah siapapun terkait kesehatan mental yang dihadapinya contoh Cara mengatasi *overthinking* karena omongan orang lain, cara mengatasi *insecure*, cara *move on* dari masa lalu, cara menghilangkan sifat gak enakkan, dsb.



Gambar 4.1 Subjek Penelitian Instagram @mudahbergaul

Mudah Bergaul menggunakan konsep *message sidenes*, *order of representation*, daya tarik, dan kandungan pesan untuk mencapai tujuan berikut

Message Sideness (Kesesuaian Pesan) dalam konteks kesehatan mental, penting untuk menyampaikan pesan-pesan yang relevan dan sesuai dengan tema utama yang ingin disampaikan. Dengan menggunakan *message sideness*, Mudah Bergaul dapat memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalui akun Instagram mereka konsisten dan sesuai dengan tujuan akun tersebut.

Order of Representation urutan representasi digunakan untuk menyusun konten yang disampaikan secara logis dan efektif. Dalam hal ini, Mudah Bergaul dapat menggunakan urutan yang tepat untuk menyajikan informasi dan pesan-pesan terkait kesehatan mental. Misalnya, dimulai dengan pemahaman tentang kesehatan mental,

diikuti dengan tips dan strategi pengelolaan stres, dan kemudian testimonial atau cerita inspiratif.

Daya Tarik dalam konteks media sosial seperti Instagram, daya tarik visual sangat penting untuk menarik perhatian pengguna, dengan menggunakan desain grafis yang menarik, pemilihan gambar yang relevan, atau penggunaan warna dan pola yang menarik, Mudah Bergaul dapat memperoleh perhatian dan minat pengikutnya. Hal ini memungkinkan pesan kesehatan mental untuk disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan efektif.

Kandungan Pesan, konten yang disampaikan haruslah bermanfaat, informatif, dan relevan dengan kesehatan mental. Mudah Bergaul dapat menyertakan tips, saran, informasi fakta, cerita inspiratif, atau kutipan motivasi yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengikutnya, dengan menyajikan kandungan pesan yang berarti, Mudah Bergaul dapat membangun kesadaran dan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kesehatan mental.

Dengan menggunakan konsep-konsep tersebut, Mudah Bergaul dapat menyampaikan pesan-pesan seputar kesehatan mental dengan cara yang efektif, menarik, dan berdampak positif pada pengikutnya.

Dengan menggunakan hashtag #demikesehatanmental, orang-orang berusaha untuk mengurangi stigma yang masih melekat pada masalah kesehatan mental dan membangun kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan mental serta memberikan dukungan bagi audience yang mengalami tantangan atau kesulitan dalam hal ini yang mengalami masalah kesehatan mental, sangat penting untuk mencari bantuan dari tenaga medis atau profesional kesehatan mental yang berkualifikasi.

4.2 Hasil dan Analisis Penelitian

Pada bagian ini, rumusan masalah menjadi panduan bagi peneliti dalam menganalisis bagaimana pesan-pesan tentang kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental dipresentasikan dalam akun Instagram @mudahbergaul selama periode 1 November hingga 30 Januari 2023. Analisis dilakukan dengan mempertimbangkan message sidedness, order of presentation, daya tarik pesan, dan

kandungan pesan yang terdapat dalam feed akun tersebut.

Dalam penelitian ini, diasumsikan bahwa pesan-pesan informasi mengenai kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada Instagram @mudahbergaul memiliki manfaat bagi para pengikut akun tersebut. Asumsi ini didukung oleh cara @mudahbergaul menyusun pesan-pesan tersebut dengan teks yang jelas dan visual yang menarik untuk ditampilkan.

4.2.1 Frekuensi Postingan Instagram @Mudahbergaul

Dalam postingan *feeds* atau konten Instagram @Mudahbergaul yang dilakukan penghitungan oleh peneliti berdasarkan dengan jumlah kemunculan konten yang menggunakan hastag #demikesehatanmental pada periode 1 Nov – 30 Januari 2023 dengan keseluruhan jumlah konten yang diunggah dalam akun Instagram @Mudahbergaul, berikut hasilnya:

Tabel 4. 1 Frekuensi Postingan Instagram @mudahbergaul

Bulan	Jumlah Postingan	Total Dalam Postingan	%
November 2022	7	70	26%
Desember 2022	13	130	48%
Januari 2023	7	70	26%
Total		270	100%

Dari data di atas, terlihat bahwa akun Instagram @mudahbergaul mengunggah total 270 konten tentang kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada periode 1 November hingga 30 Januari 2023. Berdasarkan perhitungan frekuensi, terdapat variasi presentase postingan yang membahas kesehatan mental selama periode tersebut. Bulan November 2022 dan Januari 2023 memiliki jumlah postingan yang sama, yaitu 7 postingan konten dengan hashtag #demikesehatanmental atau sekitar 25.92%. Sementara itu, bulan Desember memiliki jumlah postingan paling banyak, yaitu 13 postingan atau

sekitar 48.15%.

Frekuensi jumlah postingan pada bulan desember tersebut tinggi dikonfirmasi bahwa bulan desember dapat mempengaruhi kesehatan mental bagi beberapa orang karena beberapa beberapa faktor yang mungkin berperan dalam pengaruh ini antara lain:

Stres akhir tahun, akhir tahun sering kali merupakan waktu yang sibuk dengan banyak tugas, tenggat waktu, dan tanggung jawab yang perlu diselesaikan sebelum tahun berakhir, tekanan untuk menyelesaikan pekerjaan, mengatur ulang anggaran, atau memenuhi target dapat menimbulkan stres dan kecemasan tambahan,

Refleksi dan evaluasi, akhir tahun juga seringkali menjadi waktu di mana orang cenderung merefleksikan pencapaian mereka selama tahun tersebut. Jika seseorang merasa tidak puas dengan pencapaian mereka atau merasa tidak mencapai tujuan yang telah ditetapkan, hal itu dapat menimbulkan perasaan kekecewaan, stres, atau rendah diri, bulan Desember seringkali diisi dengan banyak acara sosial, pertemuan keluarga, dan perayaan yang dapat menimbulkan tekanan sosial. Perasaan wajib hadir, pengeluaran ekstra, dan kesibukan yang terkait dengan acara-acara tersebut dapat menambah stres dan mengganggu keseimbangan mental seseorang.

Perasaan kesepian, terutama mereka yang tidak memiliki keluarga atau teman dekat, bulan Desember dapat memperkuat perasaan kesepian dan isolasi sosial. Perayaan-perayaan keluarga dan perhatian yang diberikan kepada hubungan sosial dapat memicu perasaan kesepian yang lebih intens. (Yafi Sabila Rosyad, 2021)

4.2.2 Message Sideness

Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis isi kualitatif untuk menilai *message sideness* pesan mengenai kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul, kategori-kategori tersebut telah dibuat oleh peneliti, yang sebelumnya

dilakukan evaluasi terhadap indikator yang ada dalam alat ukur penelitian ini berdasarkan isi pesan yang disampaikan melalui teks dan gambar dalam unggahan @mudahbergaul, setiap unggahan yang menjadi unit analisis dipilih berdasarkan representasinya terhadap setiap pesan dalam kategori penelitian ini (Larson, 2020).

Message Sideness, difungsikan sebagai arah dalam mengukur isi pesan berdasarkan pada sisi pembicaraan/pesan, dalam artian satu sisi ataupun dua sisi. Dengan indicator sebagai berikut:

1. One-side terjadi ketika pesan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
 - a) Pihak pengirim pesan menekankan pesan dengan beberapa penekanan.
 - b) Pesan menonjolkan kelebihan atau aspek positif dari suatu hal.
 - c) Digunakan sebagai upaya promosi atau pemasaran produk atau layanan.
 - d) Pesan bersifat ringan dan sesuai untuk khalayak dengan pendidikan rendah dan tidak memiliki pandangan negatif yang bertentangan dengan ide atau produk yang disampaikan.
 - e) Efektif untuk khalayak yang tidak terpapar dengan argumen yang bertentangan (counterarguments).
2. Two-sided, jika pesan mengandung ciri-ciri sebagai berikut:
 - a) Dalam model ini, penekanan pesan berpihak kepada keduanya yang berkomunikasi.
 - b) Kedua kekurangan dan kelebihan akan ditonjolkan maupun aspek positif serta negatif.
 - c) Pesan seperti ini cocok terhadap pemahaman orang yang mempunyai pendidikan tinggi, dan mempunyai pengetahuan dan pengalaman atas idel ataupun hal-hal produk yang di komunikasikan.
 - d) Mempunyai pro dan kontra terhadap kedua komunikan dengan apa yang dipesankan.

Berdasarkan konten postingan yang terdapat pada akun Instagram @mudahbergaul dengan hashtag #demikesehatanmental, terdapat total 270 konten yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini. Setelah dilakukan analisis oleh peneliti, data yang diperoleh menggambarkan pesan #demikesehatanmental selama periode 1 November hingga 30 Januari 2023. Hasil analisis tersebut kemudian mengelompokkan konten berdasarkan message sidedness dari setiap unit analisis, dan data tersebut diisi dengan hasil perolehan dari analisis yang dimaksud. Berikut adalah data yang diperoleh:

Tabel 4. 2 Jumlah Dimesi *Message Sideness*

Kategori	Indikator	Jumlah Postingan	%
Message	One Sides	210	81%
Sideness	Two Sides	60	19%

Dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan beberapa temuan menarik terkait dengan konten kesehatan mental dengan *hashtag* #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul selama periode 1 November hingga 30 Januari 2023.

Temuan pertama adalah bahwa pesan informasi kesehatan mental dengan jenis *message sidedness* atau sisi pesan "*one-sided*" menjadi yang paling banyak digunakan pada konten Instagram @mudahbergaul, dengan jumlah sebanyak 210 konten atau sekitar 81% dari total konten yang diteliti, pesan tersebut mempunyai ciri-ciri penekanan pesan dilakukan oleh pihak pengirim dengan beberapa penekanan, yang ditonjolkan adalah kelebihan atau aspek positif pesan, dan biasanya digunakan sebagai upaya promosi dalam penjualan atau promosi produk lainnya, oleh karena itu pesan "*one-sided*" ini juga cenderung cocok untuk khalayak yang berpendidikan rendah, tidak

memiliki pandangan negatif yang bertentangan dengan ide atau produk yang disampaikan, serta efektif untuk khalayak yang tidak terkena "counterarguments" atau argumentasi yang menentang.

Temuan kedua adalah bahwa pesan informasi kesehatan mental dengan jenis message sidedness atau sisi pesan "*two-sided*" juga banyak digunakan pada konten Instagram @mudahbergaul, dengan jumlah sebanyak 60 konten atau sekitar 19% dari total konten yang diteliti. Pesan "*two-sided*" memiliki ciri-ciri pesan yang menyampaikan informasi dengan menampilkan dua sisi atau sudut pandang yang berbeda, yang seringkali mencakup baik aspek positif maupun negatif dari pesan tersebut. Pesan ini mungkin digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih kritis atau kompleks, dan dapat menarik perhatian khalayak yang lebih berpendidikan atau memiliki pandangan yang beragam.

Dengan demikian, temuan-temuan ini memberikan gambaran tentang bagaimana pesan informasi kesehatan mental dengan *hashtag* #demikesehatanmental disajikan pada akun Instagram @mudahbergaul, serta memberikan pemahaman tentang bagaimana pesan-pesan tersebut dapat mempengaruhi pandangan dan kesadaran pengikutnya terkait dengan kesehatan mental.

A. *One Sided*

One sided atau pesan satu sisi adalah representasi pesan yang hanya menampilkan satu perspektif atau sudut pandang saja. Dalam hal ini pesan *one sided* biasanya berisikan mengenai kepentingan yang hanya ada dan dipegang oleh si pengirim pesan saja dengan tambahan beberapa penekanan di dalamnya, lalu yang berikutnya yaitu menonjolkan semua hal yang positif dari pesan itu sendiri seperti kekuatan dan juga kelebihan serta aspek positif dari pesan tersebut, Indikator *One side* merupakan pesan yang termasuk ringan dan pesan ini cocok pada khalayak yang berpendidikan rendah, tidak mempunyai pandangan negatif yang bertentangan dengan

ide atau produk yang dipesankan, serta efektif untuk khalayak yang tidak terkena “*counterarguments*” (argument yang menentang)

Sisi pesan *one side* dapat terlihat dari beberapa konten yang diunggah oleh @mudahbergaul di dalam akun Instagram tersebut, dan masih banyak lagi, berikut ini peneliti sajikan analisis isi untuk sisi pesan *one sided* yang menjadi unit analisis penelitian ini:



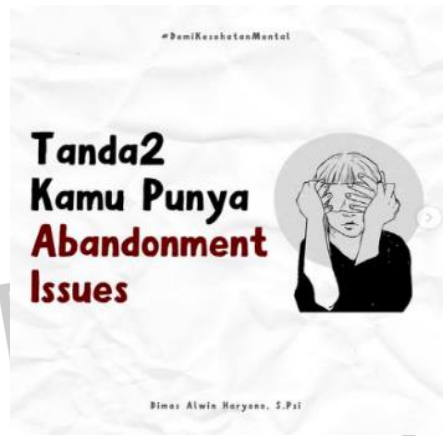
#DariKesehatanMental

**Lakuin 5 Hal Ini
Biar Hubungan
Kamu Sama
Orang Lain
Gak Jadi Toxic**

Dirnas Alvin Harjono, S.Pd

Gambar 4.2 Postingan Instagram *One Side* @Mudahbergaul 20 November 2022

Dalam gambar diatas terdapat penekanan pesan utama berada di paling akhir pesan hal ini termasuk kedalam indikator *one side* dan bersifat satu sisi penekanan, atau pesan dengan indikator *one side* lebih menekankan dan bersifat langsung pada inti pesan yang disampaikan, dengan pesan yang merujuk pada mengedukasi dalam menjaga hubungan dengan orang lain tidak *toxic* atau kasar



Gambar 4.3 Postingan Instagram *One Side* @Mudahbergaul 11 Desember 2022

Berdasarkan pesan visual diatas dalam akun Instagram @mudahbergaul yang membahas mengenai tanda-tandan kamu punya abandonment issue, menjelaskan mengenai fakta-fakta individu yang mengalami hal tersebut, dengan penggunaan indikator *one side* dengan penekanan pesan di akhir, serta bersifat langsung, atau cocok untuk individu yang mempunyai tingkat Pendidikan yang rendah.



Gambar 4.4 Postingan Instagram *One Side* @Mudahbergaul 02 Januari 2023

Gambar diatas memperlihatkan unggahan konten Instagram @Mudahbergaul pada indikator *one side* dimana penekanan pesan dilakukan oleh pihak pengirim pesan dengan beberapa penekanan, serta yang ditonjolkan ialah kelebihan ataupun pesan aspek positif itu sendiri, serta digunakan sebagai upaya promosi dalam penjualan

lainnya seperti yang digunakan @mudahbergaul menjadikan strategi dalam media sosial yang mereka gunakan untuk membentuk mengenai *mental health*.

Pada gambar diatas menunjukkan postingan konten yang diunggah oleh akun Instagram milik @mudahbergaul pada postingan 7 November 2022, 11 Desember 2022 dan 2 Januari 2023, postingan konten tersebut menurut peneliti termasuk kedalam jenis sisi pesan *one side*, dikarenakan terlihat dari visualisasi teks yang terdapat dalam postingan konten tersebut menampilkan ialah kelebihan ataupun pesan aspek positif itu sendiri, pesan yang termasuk ringan dan pesan ini cocok pada khalayak yang berpendidikan rendah, tidak mempunyai pandangan negatif yang bertentangan dengan ide atau produk yang dipesankan (Larson, 2020).

B. Two Sided

Two sides sendiri memiliki makna dua sisi atau dua sudut pandang, yang berarti jenis pesan ini memiliki karakteristik kedua pihak yang terlibat dapat menggunakan penekanan pesan, serta kelebihan dan kekurangan akan dipertegas, sisi pesan two side memerlukan tingkat pemahaman yang tinggi sehingga cocok untuk orang-orang berpendidikan tinggi dan memiliki pengalaman serta pemahaman tentang topik yang dibahas, pesan ini dapat menimbulkan pro dan kontra di antara kedua pihak yang terlibat terkait isi pesan yang disampaikan.

Sisi pesan two sides dapat diamati dari beberapa konten yang diunggah oleh akun Instagram @mudahbergaul, berikut ini peneliti menyajikan analisis isi untuk sisi pesan two sided yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini :

Masalah Hidup Yang Paling Susah Buat Dilupain

Dimas Alwin Haryono, S.Psi

Gambar 4.5 Postingan Instagram *two sided* @Mudahbergaul 03 November 2022

Dalam gambar diatas menjelaskan bahwa pesan yang menggunakan indikator *two sides* dimana pesan ini menggunakan penekanan pesan berpihak kepada keduanya yang berkomunikasi, pesan seperti ini cocok terhadap pemahaman orang yang mempunyai pendidikan tinggi, dan mempunyai pengetahuan dan pengalaman atas idel ataupun hal-hal produk yang di komunikasikan, serta mempunyai pro dan kontra terhadap kedua komunikasi dengan apa yang dipesankan, seperti halnya masalah hidup yang paling susah dilupain, pesan yang disampaikan dengan penerima mempunyai Pendidikan tinggi bahwa dapat mengetahui masalah hidup yang mereka rasakan saat ini, seperti halnya masalah keluarga, contohnya seperti keluarga yang sangat sibuk dengan urusannya masing-masing, tidak meluangkan waktunya dengan keluarga, hanya berfokus mencari dana untuk ekonomi keluarga tidak adanya waktu luang bagi keluarga.



Gambar 4.6 Postingan Instagram *two side* @Mudahbergaul 13 Januari 2023

Gambar diatas memperlihatkan mengenai postingan Instagram @mudahbergaul dengan indikator *two side*, dimana pesan yang mengandung indikator *two side* mempunyai penekanan pesan berpihak kepada keduanya yang berkomunikasi, seperti halnya adanya timbal balik antara pengirim pesan serta penerima pesan, bagaimana individu bersifat menerima pesan dengan beragam ekspresi individu yang sedang marah, hal ini dirasa dapat menjadikan pesan kesehatan mental dengan individu yang mempunyai macam-macam individu yang sedang marah.

Gambar di atas menunjukkan postingan konten yang diunggah oleh akun Instagram @mudahbergaul pada tanggal 3 November 2022 dan 13 Januari 2023, postingan konten tersebut menurut peneliti termasuk kedalam jenis sisi pesan *two sided*, dikarenakan terlihat dari visualisasi teks yang terdapat dalam postingan konten tersebut menampilkan mempunyai pro dan kontra terhadap kedua komunikasi dengan apa yang dipesankan (Larson, 2020).

4.2.3 Order of Presentation

Dimensi pesan yang kedua ialah *Order Of Presentation*, dimana peneliti akan menggunakan kategori yang telah dibuat sebelumnya untuk menentukan *order of presentation* pesan informasi kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul, kategori tersebut akan dianalisis untuk melihat

tingkat relevansinya dengan indikator yang ada dalam alat ukur penelitian, berdasarkan isi pesan konten yang disampaikan melalui teks dan gambar dari unggahan Instagram @mudahbergaul (Larson, 2020), dalam setiap unggahan yang paling merepresentasikan setiap pesan dalam kategori penelitian ini akan dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini.

Selanjutnya, berdasarkan postingan konten Instagram yang terkait dengan kesehatan mental dan memiliki hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul, terdapat 270 konten yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini, unit analisis tersebut kemudian akan peneliti analisis guna menggambarkan pesan #demikesehatanmental periode 1 Nov – 30 Januari 2023, setelah mengelompokkan konten berdasarkan Order of Presentation dari setiap unit analisis, peneliti mendapatkan data sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Jumlah Dimensi *Order Of Presentation*

Kategori	Indikator	Jumlah Postingan	%
<i>Order of Presentation</i>	Climax	27	10%
	Anti-Climax	191	71%
	Recency	12	4%
	Primacy	40	14%

Dari hasil tabel yang telah diolah peneliti tersebut, maka terdapat beberapa temuan menarik yang peneliti dapatkan dengan konten kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul periode 1 Nov – 30 Januari 2023 terdapat indikator climax mendapatkan nilai sebesar atau 10% sedangkan anti-climax mendapatkan nilai yang besar yaitu sebanyak 191 postingan atau 71%, Recency 4% dan Primacy 14%.

Dalam hal ini dapat ditemukan pada akun Instagram @mudahbergaul dalam membahas mengenai kasus keseshatan mental lebih banyak menekankan argumentasi

penting ditempatkan pada awal pesan, hal ini dapat dilihat dari jumlah presentase konten yang masuk kedalam order of presentation anti-climax sebanyak 71%.

A. Climax order

Indikator *climax* biasanya digunakan dalam pesan atau isi, climaks yaitu penyajian pesan atau argumentasi terpenting berada pada bagian akhir pesan, Antiklimaks merupakan penyajian pesan yang berada argumentasi terpenting yang ditempatkan di akhir pesan, terdapat beberapa postingan Instagram @mudahbergaul yang menggunakan indikator *climax order*, sisi pesan climaks dapat terlihat dari beberapa konten yang diunggah oleh @mudahbergaul di dalam akun Instagram tersebut, dan masih banyak lagi, berikut peneliti menyimpulkan analisis isi pesan climax dalam gambar berikut:



Gambar 4.7 Postingan Instagram @Mudahbergaul 13 Januari 2023

Gambar diatas menunjukkan postingan Intagram @Mudahbergaul dengan indikator *climax*, hal ini dikatakan bahwa informasi yang penting terdapat pada bagian akhir pesan, hal ini dapat diartikan sebagai pentuk pesan dengan memberikan informasi terkait orang-orang jika sedang marah seperti apa, dengan melihat konsep dalam penelitian ini yaitu *climax* bahwa argumentasi pesan yang disampaikan bersifat jelas dan mudah di pahami oleh penikmat konten dari Instagram @mudahbergaul.



Gambar 4.8 Postingan Instagram @Mudahbergaul 16 Januari 2023

Gambar diatas menunjukkan mengenai informasi postingan dengan bertujuan menghimbau para masyarakat untuk ikut dalam program yang dibuat oleh Instagram @mudahbergaul, dengan penekanan pada akhir pesan dapat dikategorikan sebagai indikator *climax order* hal ini dikatakan bahwa terdapat penekanan mengenai sudah adanya orang yang bergabung dalam komunitas tersebut.

Pada gambar di atas, terlihat postingan konten yang diunggah oleh akun Instagram @mudahbergaul pada tanggal 13 Januari 2023 dan 16 Januari 2023. Postingan konten tersebut menurut peneliti termasuk kedalam *climax* digunakan dalam pesan atau isi, *climaks* yaitu penyajian pesan atau argumentasi terpenting berada pada bagian akhir pesan, *Antiklimaks* merupakan penyajian pesan yang berada argumentasi terpenting yang ditempatkan di akhir pesan.

B. Anti-climax order

Biasanya digunakan dalam pesan atau isi, *Anti-climaks* yaitu penyajian pesan atau argumentasi terpenting berada pada bagian awal pesan, *Antiklimaks* merupakan penyajian pesan yang berada argumentasi terpenting yang ditempatkan di awal pesan, sisi pesan *Anti-climaks* dapat terlihat dari beberapa konten yang diunggah oleh @mudahbergaul di dalam akun Instagram tersebut, dan masih banyak lagi, berikut ini peneliti sajikan analisis isi untuk sisi pesan *climaks* yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.9 Postingan Instagram @Mudahbergaul 28 Desember 2022

Seperti halnya penekanan pada awal pesan, dalam gambar tersebut menginformasikan pada awal pesan yaitu *hyper independence*, penekanan pesan utama berada paling awal, hal ini dikatakan bahwa postingan Instagram @mudahbergaul menggunakan indikator anticlimax dengan penekanan pesan berada paling awal pesan yang ingin di sampaikan, serta argumentasi dari pengirim pesan terdapat paling awal yaitu mengenai *hyper independence*



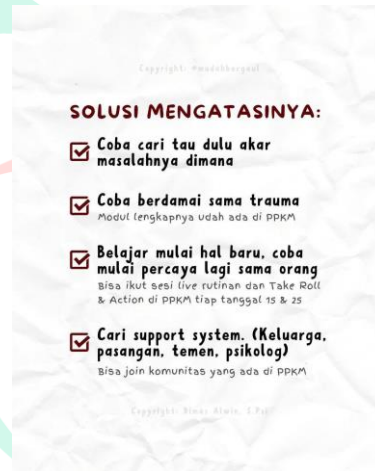
Gambar 4.10 Postingan Instagram @Mudahbergaul 02 Januari 2023

Gambar diatas memperlihatkan mengenai unggahan Instagram @mudahbergaul pada 02 Januari 2023, terlihat pesan yang disampaikan mengenai kalimat dengan penekanan paling awal pesan termasuk kedalam indikator *anticlimax*, hal ini dapat dilihat bahwa gambar diatas menjelaskan mengenai hal-hal yang membuat kita tidak percaya diri atau minder, pada gambar diatas menunjukkan postingan konten yang diunggah oleh akun Instagram milik @mudahbergaul pada postingan Postingan 28 Desember 2022, dan 02 Januari 2023, postingan konten tersebut menurut peneliti termasuk kedalam Anti-climax digunakan dalam pesan atau isi, klimaks yaitu penyajian pesan atau argumentasi

terpenting berada pada bagian akhir pesan, Antiklimaks merupakan penyajian pesan yang berada argumentasi terpenting yang ditempatkan di awal pesan.

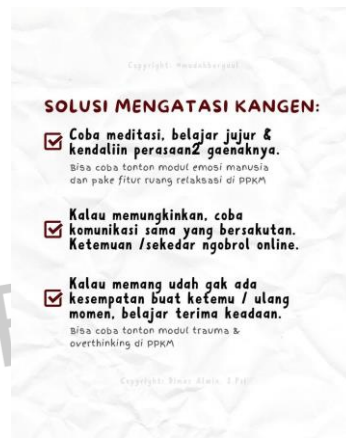
C. Recency

Dalam konteks dimensi pesan pada konten Instagram @mudahbergaul, indikator *recency* (kesegaran) dapat digunakan untuk menarik perhatian pengikut dengan menyajikan informasi atau pesan terbaru yang relevan dengan kesehatan mental, indikator *recency* ialah teknik pesan yang ditempatkan diakhir kalimatnya berupa aspek postifif, berikut adalah penjelasan terkait indikator *recency* dalam dimensi pesan pada konten Instagram @mudahbergaul:



Gambar 4.11 Postingan Instagram @Mudahbergaul 02 Desember 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul pada bulan 02 Desember 2022, peneliti menganalisis dan mengelompokan postingan tersebut kedalam indikator *recency*, hal ini dikarenakan isi pesan yang disampaikan mengenai solusi mengatasi masalah, ialah dengan memberikan saran secara persuasive, dengan penekanan kalimat persuasive berada paling akhir pesan, yaitu dengan bisa join komunitas yang ada di PPKM, hal ini merupakan penekanan pesan diakhir yang bersifat persuasive untuk ikut dalam komunitas tersebut dalam menangani kasus kesehatan mental yang dialami oleh para audiens dari Instagram @mudahbergaul.



Gambar 4.12 Postingan Instagram @Mudahbergaul 08 Desember 2022

Dalam gambar diatas mengenai postingan Instagram @mudahbergaul dengan periode 08 Desember 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan postingan tersebut kedalam indikator *recency* hal ini dikatakan bahwa terdapat penekanan pesan yang bersifat *persuasive* diakhir kalimat dengan sifat yang positif, yaitu dengan memberikan dukungan untuk ikut menonton modul yang disediakan oleh Instagram @mudahbergaul dalam menyelesaikan konflik yang dialaminya

Pada gambar diatas menunjukkan postingan konten yang diunggah oleh akun Instagram milik @mudahbergaul pada postingan Postingan 02 dan 08 desember 2022, postingan konten tersebut menurut peneliti termasuk kedalam dalam *recency* hal ini dikarenakan konten yang diperbarui secara teratur di akun @mudahbergaul memberikan informasi terkini tentang isu-isu terkait kesehatan mental, pesan-pesan ini dapat mencakup penelitian terbaru, temuan baru, atau perkembangan dalam bidang kesehatan mental, dengan menyajikan informasi terkini, akun ini memastikan bahwa pengikutnya mendapatkan konten yang relevan dan *up-to-date*.

Pesan konten pada akun ini dapat mencakup tren terbaru dalam kesehatan mental, seperti teknik relaksasi baru, metode pengelolaan stres terkini, atau pendekatan baru dalam terapi kognitif, akun ini dapat merespons peristiwa atau topik yang sedang ramai dibicarakan yang berkaitan dengan kesehatan mental. Akun @mudahbergaul dapat menggunakan hashtag tren yang relevan dengan kesehatan mental, dengan

menggunakan hashtag ini, pesan konten akan terhubung dengan percakapan yang sedang berlangsung di platform Instagram, sehingga lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang tertarik dengan topik tersebut. Penggunaan hashtag tren juga menunjukkan kesegaran dan keterkaitan akun dengan isu-isu kesehatan mental terkini.

D. Primacy

Indikator primacy dalam dimensi pesan pada konten Instagram @mudahbergaul merujuk pada penempatan informasi atau pesan yang paling penting atau menonjol di awal konten, dalam hal ini, penggunaan indikator primacy bertujuan untuk mempengaruhi persepsi dan ingatan pengikut dengan menyajikan pesan yang kuat, menarik, dan relevan pada awal interaksi mereka dengan konten tersebut, berikut adalah penjelasan terkait indikator *primacy* dalam dimensi pesan *order of presentation* pada konten Instagram @mudahbergaul beserta contohnya:



Gambar 4. 13 Postingan Instagram @Mudahbergaul 26 Desember 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 26 Desember 2022, postingan tersebut dikategorikan kedalam jenis *Primacy* hal ini dapat dikatakan bahwa aspek positif dari pesan yang disampaikan berada paling awal yaitu mengenai program dari Instagram @mudahbergaul yaitu PPKM, postingan tersebut menjelaskan bahwa terkait kebutuhan konsultasi dan solusi mengenai permasalahan kesehatan mental untuk ikut dalam komunitas tersebut.



Gambar 4. 14 Postingan Instagram @Mudahbergaul 26 Desember 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 26 Desember 2022, pesan dalam gambar tersebut dianalisis dan dikelompokan kedalam pesan dengan indikator *primacy* yang dimana penekanan pesan positif yang bersifat persuasive berada di awal pesan, postingan tersebut menjelaskan bahwa dengan tidak kuatnya dalam menghadapi kehidupan dengan penekanan pesan untuk nangis ialah hal yang termasuk kedalam pesan indikator *primacy*

Indikator *primacy* dapat digunakan dengan menempatkan konten utama atau pesan paling penting pada bagian awal postingan atau cerita Instagram, hal ini memastikan bahwa pengikut melihat pesan yang paling relevan dan menarik terlebih dahulu, sebelum mereka mungkin kehilangan minat atau terdistorsi oleh konten lainnya. Contohnya, akun @mudahbergaul dapat memulai dengan menyajikan fakta atau saran penting tentang kesehatan mental, yang kemudian diikuti dengan informasi lebih lanjut atau contoh spesifik.

Indikator *primacy* juga dapat diterapkan dalam penggunaan gambar atau grafis menarik yang langsung memikat perhatian pengikut pada awal konten. Misalnya, @mudahbergaul dapat menggunakan gambar yang memvisualisasikan konsep penting terkait kesehatan mental atau menyajikan ilustrasi yang menarik untuk menarik perhatian pengikut sejak awal. Penggunaan pernyataan pembuka yang kuat atau memprovokasi dapat menjadi indikator *primacy* dalam konten Instagram. Contohnya,

@mudahbergaul dapat memulai dengan pernyataan yang mengejutkan, bertanya retorik, atau mengajukan tantangan yang memancing minat pengikut dan memotivasi mereka untuk terus membaca atau berinteraksi dengan konten tersebut.

4.2.4 Daya Tarik pesan

Selanjutnya dimensi daya tarik pesan, dimana dalam penelitian ini, menggunakan metode analisis isi kualitatif digunakan untuk menentukan daya tarik pesan dari informasi kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental dalam akun Instagram @mudahbergaul, dengan mengacu pada kategori yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti, kategori tersebut kemudian dievaluasi untuk relevansinya terhadap indikator dalam alat ukur penelitian ini, dengan memperhatikan isi pesan konten yang disampaikan melalui teks dan gambar pada unggahan @mudahbergaul (Larson, 2020), setiap unggahan yang terpilih menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah konten yang paling mewakili setiap pesan dalam kategori penelitian tersebut, berdasarkan postingan konten Instagram yang berhubungan dengan kesehatan mental dan menggunakan hashtag #demikesehatanmental pada akun @mudahbergaul, yang berjumlah 270 konten dan menjadi objek analisis dalam penelitian ini.

Unit analisis tersebut kemudian dianalisis oleh peneliti untuk menggambarkan pesan-pesan terkait kesehatan mental dalam akun Instagram @mudahbergaul dengan hashtag #demikesehatanmental pada periode 1 November hingga 30 Januari 2023, setelah itu dilakukan pengelompokan konten berdasarkan daya tarik dari setiap unit analisis, didapatkan hasil data sebagai berikut:

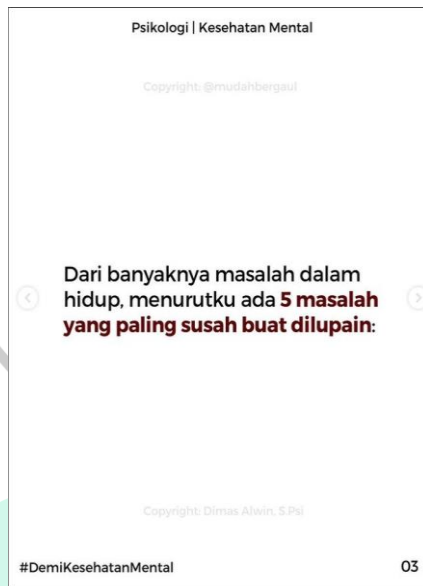
Tabel 4. 4 Jumlah Dimensi Daya Tarik Pesan

Kategori	Indikator	Jumlah Postingan	%
Daya Tarik Pesan	Fear/Threat Appeals	28	11%
	Emotional Appeals	34	13%
	Rational Appeals	119	44%
	Motivation Appeals	89	26%
	Humoris Appeals	0	0

Dapat dilihat dari tabel diatas menjelaskan bahwa hasil analisis tabel yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditemukan beberapa temuan menarik terkait dengan konten kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul dalam periode 1 November 2022 hingga 30 Januari 2023, untuk indikator *Fear/Threat Appeals*, terdapat 28 postingan atau sekitar 11% dari total konten yang berfokus pada aspek penggunaan pesan yang menimbulkan rasa takut atau ancaman, pada indikator *Emotional Appeals*, terdapat 34 postingan atau sekitar 13% dari total konten yang menggunakan pesan dengan mengandalkan emosi atau upaya untuk mempengaruhi perasaan, indikator *Rational Appeals* mendapatkan adanya 119 postingan atau sekitar 44% dari total konten yang berfokus pada pesan dengan pendekatan rasional dan logis, sedangkan indikator *Motivation Appeals*, menemukan 89 postingan atau sekitar 26% dari total konten yang menggunakan pesan yang menggerakkan motivasi atau dorongan pada audiens.

Jadi, temuan-temuan di atas menggambarkan bagaimana beragam pesan yang terkait dengan kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental disampaikan melalui akun Instagram @mudahbergaul selama periode penelitian tersebut.

1. *Fear/threat appeals* merupakan daya tarik yang paling sering digunakan oleh @mudahbergaul dalam menarik perhatian audiens dalam memperhatikan kasus kesehatan mental, indikator ini memberikan unsur tentang ketakutan serta ancaman, bahkan kekhawatiran dalam isi pesan, akan tetapi indicator ini menimbulkan rasa ketakutan terhadap khalayak dalam menerima pesan tersebut.



Gambar 4. 15 Postingan Instagram @Mudahbergaul 03 November 2023

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 03 November 2023 menjelaskan bahwa 5 masalah yang paling susah dilupain, peneliti mengelompokan postingan tersebut yang dianalisis menggunakan indikator *fear threat appeals* atau pesan yang bersifat ancaman bagi para konsumen konten dari Instagram @mudahbergaul, pada indikator ini penerima pesan merasa terancam, sehingga penerima pesan tidak dapat memiliki kebebasan untuk menentukan pesan yang disampaikan oleh Instagram @Mudahbergaul, serta tidak dapat mengungkapkan pendapatnya mengenai postingan ini sehingga individu harus menerima pesan tersebut karena bisa mengancam pribadinya

**#5 JADI KORBAN KEKERASAN
/ KORBAN BULLYING**

Gak ada orang yang mau dapet kekerasan, gak ada orang yang mau dibully.

Jadi korban kekerasan dalam bentuk apapun bisa bikin kamu:

- Trauma
- Turun rasa percaya diri
- Susah percaya lagi sama orang
- Punya insecurity tinggi

Gambar 4. 16 Postingan Instagram @Mudahbergaul 08 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 08 november, peneliti telah mengelompokan bahwa postingan Instagram @mudahbergaul dengan periode 08 November masuk kedalam jenis indikator *fear threat appeals* atau pesan yang bersifat mengancam penerima pesan tersebut, seperti halnya gambar diatas menjelaskan mengenai korban kekerasan atau korban *bullying* menjadikan pribadi trauma, turun rasa percaya diri, susah percaya lagi sama orang hingga punya *insecurity* tinggi, indikator ini menjadikan penerima pesan tidak dapat mengendalikan pesan yang disampaikan kepadanya, hanya saja dapat menerima yang dapat menimbulkan sikap yang diterima dengan tidak biasa.

2. *Emotional appeals* menjadi daya tarik yang paling jarang digunakan oleh @mudahbergaul dalam menyampaikan pesan kesehatan mental, *emotional appeals* memberikan tampilan suatu pesan berdasarkan perasaan khalayak, pesan yang disampaikan juga biasanya menggugah khalayak, indikator ini menjadikan pesan yang berusaha untuk menggugah emosional khalayaknya, seperti membawa masalah suku, ras, agama hingga diskriminasi.



Gambar 4. 17 Postingan Instagram @Mudahbergaul 08 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 08 November 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam *emotional appeals*, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk mendapatkan emosional dari para audiens nya dengan penjelasan pada postingan tersebut bahwa kita memang tidak bisa menyenangkan semua orang, bukan berarti artinya anda yang membuat salah, dengan ini Instagram @mudahbergaul berusaha menggugah pesan yang emosional dengan masalah serta konteks yang sama dengan penderita dari pesan yang disampaikan oleh Instagram @Mudahbergaul, oleh karena itu pesan tersebut berdampak pada perasaan khalayak yang menggugah emosional nya.



Gambar 4. 18 Postingan Instagram @Mudahbergaul 08 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 08 november peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam *emotional appeals*, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk mendapatkan emosional dari para audiens nya dengan penjelasan bahwa pesan tersebut berusaha untuk mengunggah para audiens nya denga kalimat penyemangat untuk kamu yang lagi capek dengan kehidupan, postingan tersebut dirasa dapat menyampaikan indikator dari *emotional appeals* kepada audience dari Instagram @Mudahbergaul.

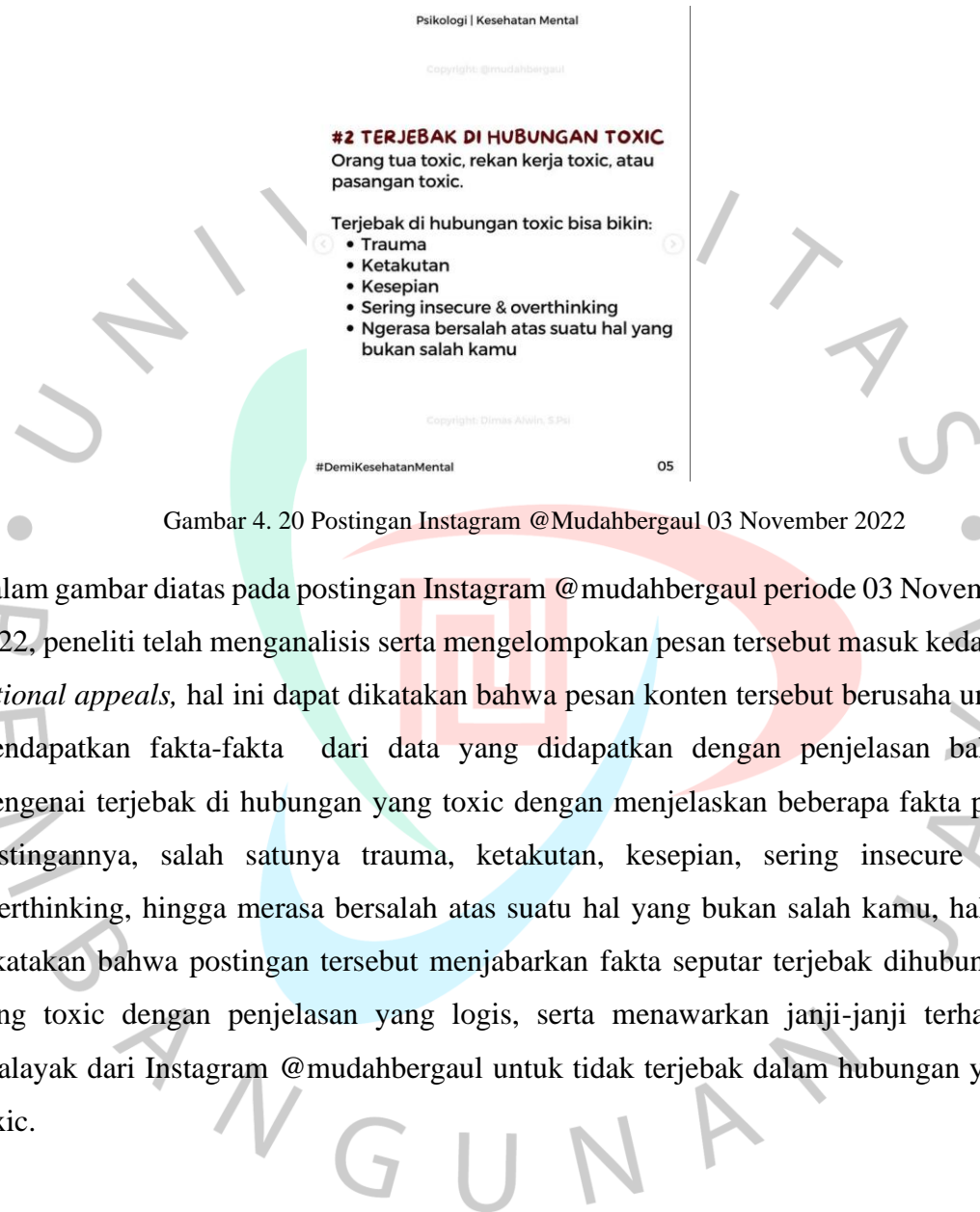
3. **Rational appeals** menjadi daya tarik tersendiri yang mendapatkan respon yang paling banyak, indikator ini digunakan untuk menjabarkan pesan-pesan yang logis, secara keseluruhan bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh Instagram @mudahbergaul mencakup beberapa fakta yang ada serta mengungkapkan fakta dan rasional, serta indikator ini menawarkan janji-janji terhadap khalayak khususnya pada konten yang dimuat oleh @mudahbergaul.



Gambar 4. 19 Postingan Instagram @Mudahbergaul 06 Desember 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 06 Desember 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam *rational appeals*, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk mendapatkan fakta-fakta dari para audiens nya dengan penjelasan bahwa mengenai *attachment issue* dengan menjelaskan pada postingannya dengan beberapa fakta, salah satunya takut gak ditemenin, takut ditinggalin pasangan, takut ga dianggap, takut gak

ada yang bantuin, dsb, hal ini dikatakan bahwa postingan tersebut menjabarkan fakta seputar *attachment issue* dengan beberapa fakta yang disampaikan.



Gambar 4. 20 Postingan Instagram @Mudahbergaul 03 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 03 November 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam *rational appeals*, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk mendapatkan fakta-fakta dari data yang didapatkan dengan penjelasan bahwa mengenai terjebak di hubungan yang toxic dengan menjelaskan beberapa fakta pada postingannya, salah satunya trauma, ketakutan, kesepian, sering insecure dan overthinking, hingga merasa bersalah atas suatu hal yang bukan salah kamu, hal ini dikatakan bahwa postingan tersebut menjabarkan fakta seputar terjebak di hubungan yang toxic dengan penjelasan yang logis, serta menawarkan janji-janji terhadap khalayak dari Instagram @mudahbergaul untuk tidak terjebak dalam hubungan yang toxic.

4. **Motivation appeals** menjadi indikator dengan penilaian 26%, indikator ini biasanya digunakan kedalam pesan yang mengandung unsur psikologis internal yang dialami oleh khalayak, dan dapat mengikuti pesan-pesan yang disampaikan, seperti halnya @mudahbergaul yang memberikan informasi seputar kesehatan mental, ketika ada informasi yang sesuai dengan khalayak, maka akan mengikuti pesan tersebut, seperti menumbuhkan rasa nasionalisme ataupun gerakan sosial



Gambar 4. 21 Postingan Instagram @Mudahbergaul 22 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 22 November 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam *motivational appeals*, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk menumbuhkan gerakan sosial, seperti untuk ikut gabung dalam komunitas ppkm, ataupun konsultasi terhadap psikolog dari Instagram @mudahbergaul yaitu Dimas Alwin, hal ini dirasa dapat memberikan pesan dengan tujuan untuk menggerakkan audiens untuk ikut gabung serta dalam komunitas ataupun program maupun modul yang disediakan oleh Instagram @Mudahbergaul.



Gambar 4. 22 Postingan Instagram @Mudahbergaul 22 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 22 November 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam *motivational appeals*, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk menumbuhkan gerakan sosial, seperti untuk berhati-hati dalam menggunakan sosial media dalam artian terlalu berlebihan untuk di *share* kedalam media sosial, hal ini dirasa dapat memberikan pesan dengan tujuan untuk menggerakkan audiens untuk tidak terlalu berlebihan dalam membagikan kegiatan sehari-hari ke dalam sosial media.

4.2.5 Kandungan Pesan

Kandungan pesan dalam penelitian ini dilihat dari pesan mengenai kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental dalam akun Instagram @mudahbergaul dengan menggunakan kategori-kategori yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti, relevansi dari kategori-kategori tersebut akan dinilai berdasarkan indikator yang ada dalam alat ukur penelitian ini, dengan menggunakan isi pesan konten yang disampaikan melalui teks dan gambar pada akun Instagram @mudahbergaul (Larson, 2020), unit analisis yang telah dipilih dalam penelitian ini ialah konten yang paling mewakili setiap pesan yang termasuk dalam kategori penelitian.

Berdasarkan postingan konten Instagram tentang kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun @mudahbergaul, terdapat 270 konten yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini, unit analisis tersebut kemudian akan dianalisis oleh peneliti untuk menggambarkan pesan mengenai kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental periode 1 November hingga 30 Januari 2023, Setelah melakukan pengelompokan konten berdasarkan dimensi kandungan pesan dari setiap unit analisis, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Jumlah Dimensi Kandungan Pesan

Kategori	Indikator	Jumlah	%
Postingan			
Kandungan	Informatif	214	79%
Pesan	Persuasif	56	21%

Dari hasil analisis tabel yang telah dijabarkan oleh peneliti, dapat ditemukan beberapa temuan menarik mengenai konten kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul selama periode 1 November 2022 hingga 30 Januari 2023, terdapat perbedaan jumlah postingan antara pesan kesehatan mental dengan kandungan pesan informatif dan pesan dengan indikator persuasif.

Konten Instagram @mudahbergaul yang mengandung pesan kesehatan mental dengan kandungan pesan informatif memiliki jumlah postingan paling banyak, yaitu sebanyak 214 postingan atau sekitar 79%. Sedangkan konten Instagram @mudahbergaul yang mengandung pesan dengan indikator persuasif hanya memiliki 56 postingan atau sekitar 21%.

A. Informatif

Instagram @mudahbergaul memiliki pesan konten yang informatif dengan fokus pada kesehatan mental, pesan konten informatif ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, edukasi, dan dukungan terkait kesehatan mental kepada pengikut akun tersebut, pesan yang informatif berisikan suatu keterangan dan fakta yang ada dalam data yang dimana pengirim pesan membuat keputusannya sendiri, seperti halnya Instagram @Mudahbergaul dalam memberikan pesan mengenai kesehatan mental, yang dimana Dimas Alwin selaku Psikolog, dengan penggunaan pesan yang informatif dalam Instagram @Mudahbergaul pengirim pesan membuat keputusan sendiri apa yang ingin disampaikan dalam pesan tersebut yang berisikan pesan kesehatan mental yang bersifat informatif, beberapa ciri dan penjelasan terkait pesan konten informatif yang mungkin terdapat dalam akun @mudahbergaul adalah sebagai berikut:

OLEH KARENA ITU..

Biar hubungan kita sama orang lain **gak jadi toxic**, menurutku bisa dimulai dari ngelakuin 5 hal ini:

Gambar 4. 23 Postingan Instagram @Mudahbergaul 03 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 03 November 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam kandungan pesan informatif, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk memberikan informasi mengenai untuk mencegah kedalam hubungan yang toxic lakukan 5 hal ini, hal ini dirasa dapat memberikan pesan yang informatif dengan tujuan untuk pesan yang disampaikan lebih berhasil dalam pesan yang disampaikan.

#1 JALIN KOMUNIKASI YANG BAIK

Contohnya..

- Kalau ada masalah, apa yang harus dilakuin dari kedua pihak, Sama2 diem dulu / langsung diomongin?
- Kalau lagi curhat-curhatan, sukanya ditanggapi kaya gimana?

Intinya diobrolin semuanya biar jadi sama2 tau, ngerti, dan paham.

Gambar 4. 24 Postingan Instagram @Mudahbergaul 07 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 07 November 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam

kandungan pesan informatif, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk memberikan informasi mengenai menjaga hubungan yang langgeng, dengan point utama yaitu jalin komunikasi yang baik, dengan adanya komunikasi yang baik dirasa dapat menjaga hubungan yang awet, seperti halnya ketika ada masalah kedua belah pihak berdiskusi dengan baik-baik.

Dalam hal ini postingan ini merupakan contoh dari Instagram @Mudahbergaul yang memberikan pesan informatif mengenai kasus kesehatan mental, namun pesan dapat dikatakan sebagai pesan informatif terdapat beberapa point (Febriani, 2021), menjadi pemberian Informasi: Instagram @mudahbergaul menyediakan informasi yang relevan dan beragam mengenai kesehatan mental, seperti penjelasan tentang gangguan kecemasan, depresi, stres, cara mengelola emosi, dan teknik relaksasi. Pesan-pesan tersebut dirancang untuk memberikan pengetahuan dasar dan memperluas pemahaman tentang kesehatan mental kepada pengikut,

Edukasi dan Tips: @mudahbergaul menyajikan konten informatif dan berisi edukasi tentang pentingnya menjaga kesehatan mental, mengenali tanda-tanda gangguan mental, dan memberikan tips praktis untuk meningkatkan kesejahteraan mental. Contohnya, bisa berupa tips menjaga pola tidur yang baik, cara mengelola stres sehari-hari, atau strategi meningkatkan kepercayaan diri,

Sumber Daya dan Rujukan: @mudahbergaul juga membuka layanan konsultasi gratis pada komunitas, serta menyediakan sumber daya tambahan berupa buku, artikel, atau link ke organisasi kesehatan mental yang dapat membantu pengikut mendapatkan informasi lebih lanjut atau mendapatkan bantuan profesional jika diperlukan.

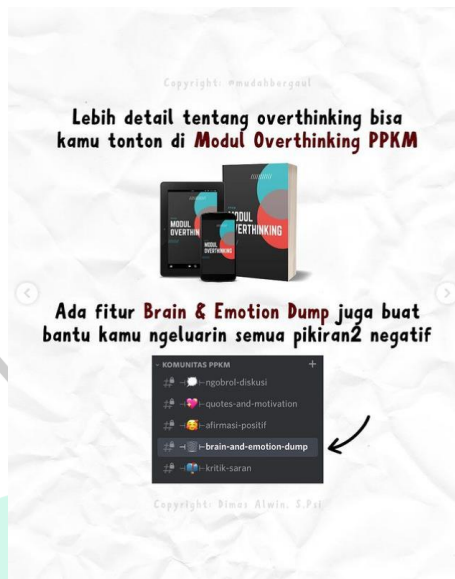
Inspirasi dan Motivasi: Selain memberikan informasi, akun @mudahbergaul juga dapat menyampaikan pesan-pesan inspiratif dan motivasi yang mendorong pengikut untuk merawat kesehatan mental mereka. Ini bisa berupa kutipan inspiratif, cerita inspiratif tentang pemulihan, atau pengalaman pribadi yang memberikan harapan dan semangat.

Dukungan dan Komunitas: Akun ini mungkin menyediakan ruang bagi pengikut untuk berinteraksi dan saling mendukung. Mereka dapat memposting testimonial atau cerita dari pengikut yang telah mengatasi tantangan kesehatan mental, serta menyediakan ruang komentar untuk pengikut berbagi pengalaman atau mencari dukungan dari komunitas (Febrianti, 2020)

Akun Instagram @mudahbergaul bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan informatif yang memberikan pemahaman, edukasi, dan dukungan seputar kesehatan mental kepada pengikutnya, melalui konten-konten ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, mengurangi stigma, dan membantu masyarakat dalam menghadapi tantangan kesehatan mental dengan lebih baik.

B. Persuasif

- Instagram @mudahbergaul juga dapat memiliki pesan konten yang persuasif dengan tujuan mempengaruhi, memotivasi, atau menginspirasi pengikutnya terkait kesehatan mental, pesan-pesan konten persuasif ini dapat merangsang perubahan sikap, perilaku, atau pandangan terhadap kesehatan mental. Berikut adalah beberapa penjelasan terkait pesan konten yang persuasif yang mungkin terdapat dalam akun @mudahbergaul, Instagram @mudahbergaul dirasa sangat penting terutama dalam memberikan pesan yang bersifat persuasive kepada audiens yang mengalami gangguan kesehatan mental, berikut peneliti telah mengelompokan jenis konten postingan Instagram @mudahbergaul sebagai berikut



Gambar 4. 25 Postingan Instagram @Mudahbergaul 10 November 2022

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 10 November 2022, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam kandungan pesan persuasif, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk membujuk para audience nya untuk ikut menonton terhadap modul yang disediakan oleh Instagram @Mudahbergaul kepada komunitas dari Instagram @mudahbergaul itu sendiri, dengan beberapa fitur yang ada dirasa postingan tersebut dikatakan persuasive, pesan persuasive yang dimuat oleh Instagram @mudahbergaul dalam gambar tersebut dirasa untuk membangkitkan serta kesadaran mengenai masalah kesehatan mental yang masih dianggap remeh oleh masyarakat, oleh karena itu postingan tersebut mengajak untuk ikut belajar dalam modul yang dibuat oleh Instagram @mudahbergaul.



Gambar 4. 26 Postingan Instagram @Mudahbergaul 11 Januari 2023

Dalam gambar diatas pada postingan Instagram @mudahbergaul periode 11 Januari 2023, peneliti telah menganalisis serta mengelompokan pesan tersebut masuk kedalam kandungan pesan persuasif, hal ini dapat dikatakan bahwa pesan konten tersebut berusaha untuk membujuk para audience nya untuk ikut menjaga hubungan yang baik dengan kalimat belajar menghargai serta berempati sesama manusia, hingga bertuliskan kalimat jika kamu disakitin dengan orang lain, bukan berarti kamu boleh balik menyakiti orang lain juga ya, hal ini dirasa pesan persuasive, dengan tujuan untuk membujuk individu yang sedang berada dalam fase tersebut.

Postingan ini dapat meluncurkan konten mengenai tentang kesehatan mental pentingnya menjaga kesehatan mental, mendorong pengikut untuk memprioritaskan kesehatan mental mereka, pesan ini dapat memanfaatkan elemen visual yang kuat, narasi yang menginspirasi, dan statistik yang menyoroti urgensi permasalahan kesehatan mental, pesan konten persuasif pada akun ini mungkin mengandung panggilan aksi yang jelas dan tegas untuk mengajak pengikut melakukan tindakan konkret terkait kesehatan mental, misalnya, mengajak mereka untuk berbicara dengan seseorang jika mereka membutuhkan dukungan, mencoba teknik tertentu untuk mengelola stres, atau mengikuti program atau lokakarya yang diselenggarakan oleh akun tersebut.

Instagram @mudahbergaul juga dapat membagikan cerita pengalaman nyata dari individu yang telah mengalami tantangan kesehatan mental dan berhasil mengatasinya, cerita ini bertujuan untuk menginspirasi dan memotivasi pengikut untuk mengambil tindakan yang positif terhadap kesehatan mental mereka sendiri. cerita pengalaman tersebut dapat memicu empati dan memberikan harapan kepada pengikut yang sedang menghadapi kesulitan serupa.

Pesan yang *persuasive* dapat memberikan pesan yang bersifat membujuk untuk mengetahui tentang produk atau layanan yang dapat mendukung kesehatan mental, seperti buku, aplikasi, terapi, atau program kesehatan mental, hingga pesan konten yang persuasif dapat mencakup testimonial positif dan pengalaman penggunanya yaitu komunitas dari Instagram @mudahbergaul terkait produk atau layanan tersebut untuk meyakinkan pengikut tentang manfaatnya dari Instagram @mudahbergaul, konten dari Instagram @mudahbergaul menyajikan konten interaktif seperti kuis atau jajak pendapat yang bertujuan untuk mempengaruhi dan melibatkan pengikut dalam refleksi diri terkait kesehatan mental mereka. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran pengikut terhadap kondisi kesehatan mental mereka sendiri dan mendorong mereka untuk mengambil langkah-langkah yang lebih baik dalam menjaga kesejahteraan mental.

Pesan konten persuasif pada akun @mudahbergaul bertujuan untuk mengubah pandangan dan perilaku terkait kesehatan mental pengikutnya. Dengan memanfaatkan strategi persuasif yang tepat, akun ini dapat memberikan dorongan dan motivasi kepada pengikut untuk melakukan tindakan yang positif terkait kesehatan mental, meningkatkan pemahaman, serta menciptakan perubahan yang bermanfaat dalam kehidupan mereka. (Febriani, 2021)

4.3 Pembahasan Penelitian

Berdasarkan data yang dijelaskan di atas, Maka, pada bagian ini peneliti akan menguraikan pembahasan yang peneliti dapat terkait dengan penggambaran konten Instagram @mudahbergaul Berdasarkan data di atas, akun Instagram @mudahbergaul jumlah keseluruhan dari postingan yang berisi mengenai kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada periode 1 Nov – 30 Januari

2023 terdiri dari total 270 konten unggahan. Presentase frekuensi postingan yang membahas mengenai kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental.

Jika dilihat dari hasil presentase frekuensi yang dihitung oleh peneliti, presentase tertinggi dan terendah dalam periode tersebut adalah pada bulan November 2022 dan Januari 2023, keduanya memiliki jumlah postingan yang sama, yaitu 7 postingan konten dengan hashtag #demikesehatanmental, atau sekitar 25.92%. Sementara itu, postingan paling banyak terjadi pada bulan Desember, yaitu sebanyak 13 postingan, atau sekitar 48.15%.

1. Message Sideness

Dari hasil tabel yang telah diolah peneliti tersebut, maka terdapat beberapa temuan menarik yang peneliti dapatkan dengan konten kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul periode 1 Nov – 30 Januari 2023, pesan informasi kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental dengan jenis message sideness atau sisi pesan one sided menjadi yang paling banyak digunakan pada konten Instagram @mudahbergaul sebanyak 210 konten atau 81%. ersentase pesan informasi kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental dengan jenis message sideness atau sisi pesan *two sided* yang paling banyak digunakan pada konten Instagram @mudahbergaul adalah sebanyak 60 konten atau sekitar 19%.

Pesan *one sided* atau pesan satu sisi merupakan penggambaran pesan yang memiliki karakteristik satu sisi saja, di mana pesan tersebut berisikan kepentingan yang hanya dimiliki dan dipegang oleh si pengirim pesan dengan beberapa penekanan tambahan di dalamnya, pesan ini menonjolkan semua hal positif dari pesan tersebut, seperti kekuatan, kelebihan, dan aspek positif dari pesan tersebut.

Sementara itu, *two sides* atau pesan dua sisi mempunyai arti dua arah atau dua sisi, sehingga jenis sisi pesan ini memiliki ciri-ciri sebagai, kedua belah pihak yang berkepentingan dapat menggunakan penekanan pesan, pesan ini menonjolkan baik kekurangan maupun kelebihan, kemudian pesan ini membutuhkan tingkat pemahaman yang tinggi, sehingga lebih cocok untuk orang-orang yang memiliki

pendidikan tinggi dan pemahaman yang baik mengenai ide dan hal-hal yang ingin disampaikan, dan yang terakhir pesan dua sisi ini mempunyai resiko dan cenderung mendapatkan pro dan kontra dari kedua komunikan terkait dengan apa yang disampaikan dalam pesan tersebut.

2. Order Of Presentation

Dalam penelitian ini, metode analisis isi kualitatif digunakan dalam menentukan urutan presentasi pesan informasi kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul, dengan mempertimbangkan kategori-kategori yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti, relevansi kategori-kategori tersebut terhadap indikator dalam alat ukur penelitian akan dievaluasi melalui isi pesan konten yang disampaikan melalui teks dan gambar dalam unggahan @mudahbergaul. Setiap unggahan yang paling mewakili setiap pesan dalam kategori penelitian ini akan dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini.

Berdasarkan dengan postingan konten Instagram yang ada pada kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul yang kemudian 270 konten tersebut menjadi unit analisis di dalam penelitian ini, dalam hal ini dapat ditemukan pada akun Instagram @mudahbergaul dalam membahas mengenai kasus kesesahatan mental lebih banyak menekankan argumentasi penting ditempatkan pada awal pesan, hal ini dapat dilihat dari jumlah presentase konten yang masuk kedalam *order of presentation anti-climax* sebanyak 71%.

3. Daya Tarik Pesan

Penelitian ini menganalisis daya tarik pesan informasi kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul menggunakan kategori yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti, kategori-kategori tersebut kemudian akan diuji untuk melihat tingkat relevansinya terhadap indikator yang ada dalam alat ukur penelitian ini, dengan melihat isi pesan konten yang disampaikan melalui teks dan gambar dari unggahan @mudahbergaul, setiap

unggahan yang paling mewakili setiap pesan yang terdapat dalam kategori penelitian ini akan dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini.

Dari hasil tabel yang telah diolah peneliti tersebut, maka terdapat beberapa temuan menarik yang peneliti dapatkan dengan konten kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul periode 1 Nov – 30 Januari 2023 pada indikator *Fear/Threat Appeals* sebanyak 28 postingan atau 11%, *Emotional Appeals* sebanyak 34 postingan atau 13% *Rational Appeals* sebanyak 119 postingan atau 44%, *Motivation Appeals* 89 postingan atau 26%.

4. Kandungan Pesan

Penelitian ini menganalisis kandungan pesan informasi kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul menggunakan kategori yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti, kategori-kategori tersebut kemudian diuji untuk melihat tingkat relevansinya terhadap indikator yang ada dalam alat ukur penelitian ini, dengan melihat isi pesan konten yang disampaikan melalui teks dan gambar dari unggahan @mudahbergaul, setiap unggahan yang paling mewakili setiap pesan yang terdapat dalam kategori penelitian ini akan dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini.

Dari hasil tabel yang telah diolah peneliti tersebut, maka terdapat beberapa temuan menarik yang peneliti dapatkan dengan konten kesehatan mental dengan hashtag #demikesehatanmental pada akun Instagram @mudahbergaul periode 1 Nov – 30 Januari 2023, konten Instagram @mudahbergaul mengenai pesan kesehatan mental dengan kandungan pesan informatif memiliki jumlah postingan paling banyak yaitu 214 postingan atau 79%, sedangkan kandungan pesan pada Instagram @mudahbergaul dengan indikator persuasif hanya 56 postingan atau sebanyak 21 %.

4.4 Diskusi Teoritik

Informasi saat ini dengan mudah kita temui diberbagai media, salah satunya media sosial, salah satu platform terbesar yaitu Instagram dengan penggunaan

Instagram dirasa informasi yang disampaikan dapat sangat cepat diterima oleh masyarakat luas, seperti halnya informasi yang disampaikan dalam akun Instagram @mudahbergaul dalam penyampaian pesan kesehatan mental, dengan menggunakan hastag #demikesehatanmental yang dijadikan strategi media sosial oleh @mudahbergaul dengan tujuan membentuk ingatan mengenai *mental health* dan juga untuk memberikan ingatan para konsumen dari konten Instagram @mudahbergaul, peneliti mengambil periode 1 November – 30 Januari 2023 hal ini dirasa sangat berkaitan dengan fenomena yang ada saat ini.

Dimana dalam periode tersebut terdapat beberapa kasus, seperti halnya media stasiun tv Kompas, menjelaskan mengenai “mahasiswa yang nyaris bunuh diri karena *overthinking*”, dan juga pada narasi tv menjelaskan bahwa sebanyak 2,45 juta jiwa remaja di Indonesia alami gangguan jiwa”, BBC juga menuliskan artikel dengan judul “insiden bunuh diri di Indonesia bisa empat kali lebih tinggi dari data resmi”

Hal ini dapat dikatakan bahwa Instagram bisa sangat memberikan dampak positif terhadap para konsumen dari pesan apa yang disampaikan, seperti pesan kesehatan mental yang disampaikan oleh Instagram @Mudahbergaul, dengan melakukan penelitian menggunakan analisis isi dan menggunakan konsep pesan yang dibagi kedalam empat bagian yaitu *message sidedness*, *order of presentation*, daya tarik pesan, dan kandungan pesan, dirasa dapat membantu dalam memahami isi pesan kesehatan mental terhadap masyarakat luas.

Diawali dengan dimensi *message sidedness* dengan indikator *one side* atau pesan yang memberikan penjelasan langsung pada inti dari permasalahan tersebut, terdapat jumlah postingan mengenai postingan *one side* sebanyak 210 postingan hal ini dikatakan bahwa @mudahbergaul memberikan pesan utama sebanyak 210 pada dimensi *message sidedness* dengan indikator *oneside*, lalu dengan indikator *two side* Instagram @mudahbergaul mendapatkan 60 postingan, hal ini dikatakan bahwa terdapat pesan dua sisi pada konten Instagram @mudahbergaul dalam periode 1 November – 30 Januari 2023, *two side* mempunyai ciri-ciri untuk menerima pesan tersebut seperti, kedua belah pihak menggunakan penekanan pesan yang sama, serta mempunyai kekurangan serta kelebihan yang ditonjolkan dan yang paling penting

mempunyai level pemahaman yang cukup tinggi sehingga cocok untuk orang yang mempunyai tingkat Pendidikan yang tinggi.

Pada dimensi *order of presentation* dalam penelitian ini menjelaskan bahwa hasil yang peneliti temui dalam Instagram @mudahbergaul didapatkan bahwa hasil terbanyak ialah *anti climax*, hal ini tentu saja bahwa *anti climax* merupakan indikator yang memberikan pesan utama yaitu pesan kesehatan mental berada pada awal pesan, sehingga banyaknya konten mengenai kesehatan mental berada pada awal pesan yang ditekankan, untuk mengingat mengenai fenomena di Indonesia yang masih sangat buruk terhadap penanganan masyarakat yang mengalami gangguan mental.

Kemudian pada dimensi daya tarik pesan, menerangkan bahwa *rational appeals* lebih sering digunakan dibandingkan indikator lainnya, hal ini dirasa pada indikator *rational appeals* @mudahbergaul banyak menyampaikan fakta-fakta yang rasional terhadap pesan kesehatan mental, dan juga menawarkan janji-janji khusus terhadap khalayaknya, sehingga Instagram @mudahbergaul menjelaskan bahwa konten yang dimuat berisikan hal-hal yang terjadi dengan fakta serta fenomena yang ada di masyarakat Indonesia.

Dan yang terakhir ialah dimensi kandungan pesan, Instagram @mudahbergaul dengan postingan periode 1 November – 30 Januari 2023 lebih membuat konten postingan pada Instagram @mudahbergaul yang bersifat informatif, hal ini dirasa Instagram @Mudahbergaul sebagai wadah dan sumber informasi mengenai konten kesehatan mental, dengan mendapatkan jumlah sebesar 214 postingan konten yang informatif, oleh karena itu Instagram @mudahbergaul lebih sering menggunakan kandungan pesan yang informatif karena untuk mengedukasi serta menginformasikan mengenai penanganan serta dukungan terhadap masyarakat Indonesia yang mengalami gangguan kesehatan mental.