



3.56%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 24 JUL 2024, 3:07 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.02%	3.53%	2.78%

Report #22145659

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Menjalani kehidupan membutuhkan proses, setiap individu selalu berupaya melakukan perubahan guna meningkatkan diri setiap hari dan sukses di masa depan. **1** Untuk mencapai hal tersebut, penting bagi individu untuk menyeimbangkan pengembangan diri, baik fisik maupun mental. Mengakses dan menonton konten edukasi di media sosial yang berkaitan dengan self development menjadi salah satu cara untuk mewujudkannya. Saat ini, kemajuan teknologi telah menghasilkan banyak content creator yang berupaya membagikan informasi dengan berbagai topik yang sangat menarik. Seperti yang dilakukan oleh Ananza Prili, seorang content creator berlatar belakang pendidikan psikologi yang memanfaatkan pengetahuannya untuk dibagikan kepada para pengikutnya melalui akun Instagram @ananzaprili. Gambar 1.1 Konten Ananza Prili (Instagram @ananzaprili, 2024) Haydira Prili Ananza pemilik akun @ananzaprili di Instagram menjadi salah satu Influencer yang terkenal dalam mengedukasi kesehatan mental. Influencer yang kerap dipanggil Ananza ini seringkali membahas proses pengembangan diri untuk remaja, akun ini mengedukasi dengan membuat konten yang menarik seperti tips and trik yang berkaitan dengan isu mental, pengembangan diri, lifestyle, kisah inspiratif, motivasi, konten interaksi, dan konten edukasi. Contoh konten yang berkaitan dengan self development adalah video dengan judul “Tips menjadi attractive” konten yang diunggah pada 22 November 2023 ini telah

REPORT #22145659

ditonton oleh 966 ribu penonton, 34,6 ribu likes , 544 komentar, dan 1.752 pengguna yang telah membagikan konten tersebut. Konten lainnya yang sempat viral adalah video dengan judul “Digigit ular, ngejar balik yang diunggah 6 Desember 2023 mendapatkan 1 views yang tidak kalah besar yaitu telah ditonton oleh 7,4 juta pengguna, 348 ribu likes , 3.377 komentar, dan 36,6 ribu share. Akun @ananzaprili semakin dikenal oleh pengguna Instagram karena topik yang sesuai dengan kondisi terkini yaitu self development atau pengembangan diri. Pada Event Beautivational Class yang diadakan oleh Marina Beauty Joune, 2023 di Lombok, Ananza Prili mengundang remaja putri di Indonesia untuk mengembangkan potensi diri mereka sehingga dapat bersinar lebih terang, salah satunya dengan melakukan pengembangan diri (Dananto, 2023). Desain konten dengan penggunaan warna-warna pastel, Penggunaan bahasa sederhana, dan dikemas dengan menarik serta mengutamakan estetika dapat menarik audiens dan memungkinkan interaksi di dalamnya. Hal ini juga membuat Ananza Prili mendapatkan berbagai penghargaan, termasuk predikat "Best of learning and education di TikTok Awards Indonesia 2023, dan “konten teredukatif dan impactfull di POPBELA Award 2023 (Prili, Diem Diem dapet award, 2023). Selain itu dilihat dari akun Instagramnya Ananza Prili juga aktif menjadi pembicara dalam berbagai kegiatan. Dia telah mengikuti lebih dari 120 event yang diikutinya, yaitu menjadi pembicara pada event salsacosmetic dengan judul Me Inside Healing, Pondsindonesia dengan judul wajahmu kekuatanmu, Festival pulih, Career Talk UI dengan judul personal branding , Wardah dengan judul merdeka jadi diri sendiri, Playfestnarasi with Najwashihab, Astra Honda Motor dengan judul self worth , dan lainnya (Prili, Diem Diem dapet award , 2023). Ananza Prili juga merupakan lulusan Psikologi di Universitas Indonesia pada tahun 2018, dan memiliki banyak pengalaman seperti menjadi ketua Public Relation di Organisasi Girls UP UI, Human Resources di BEM Psikologi UI, dan lainnya. Ilmu dari masa perkuliahan psikologi membuatnya tertarik untuk membagikannya kepada sesama sehingga terciptalah akun

@ananzaprili untuk membuat konten (Prili, Diem Diem dapet award , 2023). Pada bagian biodata di Instagram @ananzaprili juga tertulis untuk membantu para pengikutnya di Instagram menjadi versi terbaiknya dengan salah satu fokusnya adalah self-development, 2 Juli September Agustus Gambar 1.2 Konten Ananza Prili Juli, Agustus, dan September 2023 (Instagram @ananzaprili, 2024) Pada akun Ananza Prili peneliti melakukan perbandingan dengan data berupa screenshot yang ditunjukkan pada gambar diatas, yaitu dua bulan sebelum September pada Juli dan Agustus, serta bulan September yang menjadi awal periode pada peneliti ini. Perbedaan dibulan-bulan tersebut terletak pada jumlah unggahan konten self development , dimana bulan Juli dan Agustus konten self development lebih sedikit dibandingkan bulan September, terlihat pada awal bulan Juli konten Ananza lebih mendominasi pada tema relationship , dan bulan Agustus perpaduan dengan konten beauty dan relationship , hal ini dapat terjadi karena pada dasarnya konten Ananza tidak hanya membahas terkait self development, sesuai dengan biografi yang dituliskannya pada akun Instagram Ananza yaitu membahas mengenai beauty, self development, dan lifestyle termasuk relationship hal ini juga sejalan dengan temuan peneliti yang mendapatkan bahwa Ananza pada awalnya menggunakan Instagram hanya untuk konten beauty dan lifestyle, lalu pada tahun 2023 memutuskan untuk memasukkan konten self development sehingga pada awal pembuatan konten self development minat audiens belum sebanyak dengan konten bertema beauty dan relationship, oleh karena itu Ananza lebih mendominasi konten beauty dan relationship. Sedangkan pada bulan September terlihat bahwa konten self development cukup mendominasi, walaupun diselingi dengan beberapa konten yang membahas beauty dan relationship , hal ini menunjukkan bahwa pada bulan September Ananza sedang memperjuangkan untuk fokus konsisten membuat konten self development dan meningkatkan minat audiens terkhusus konten self development, terlihat bahwa pada beberapa konten Ananza masuk kedalam konten FYP dan mendapatkan jutaan viewers serta beberapa

penghargaan. Hal ini menjadi alasan peneliti untuk menggunakan periode September sebagai awal pada penelitian ini, Fokus peneliti memperdalam pengemasan pesan pada konten self development di akun Instagram @Ananzaprili, data yang ada pada periode September 2023 hingga Februari 2024 memberikan data yang cukup bagi peneliti, Dalam akun Ananza Prili, peneliti membandingkan data screenshot dari dua bulan sebelum September (Juli dan Agustus) dengan bulan September. Pada bulan Juli dan Agustus, konten self development lebih sedikit dibandingkan bulan September, di mana Ananza lebih fokus pada tema relationship dan beauty. Pada bulan September, terdapat peningkatan signifikan dalam konten self development, yang dimana bulan sebelumnya hanya terdapat 2 konten self development, sementara bulan September meningkat menjadi 6 konten dan terus melakukan peningkatan pada bulan-bulan berikutnya hal menunjukkan perubahan strategi konten Ananza yang berpengaruh dalam proses pengemasan pesan sehingga dapat meningkatkan minat audiens. 3 Menurut Maulana (Sabil & Karnita, 2022) Insecure adalah kondisi dimana seseorang memiliki perasaan tidak aman. Ketidakamanan terjadi dikarenakan merasa khawatir, tidak percaya pada diri sendiri serta malu. Menurut Hurlock, awal masa remaja berkisar dari usia 13 hingga 17 tahun, lalu berakhir sampai 18 tahun, atau saat seseorang dianggap matang secara hukum. Mereka berada dalam posisi yang ambigu, di mana mereka bukanlah sebagai seorang anak-anak. tetapi juga belum sepenuhnya masuk ke dalam kelompok dewasa (Sabil & Karnita, 2022). Perasaan insecure yang berlebihan dapat mengganggu kesehatan mental yang pada akhirnya bisa menyebabkan konsekuensi serius. Kesadaran masyarakat Indonesia masih sangat rendah terhadap pentingnya kesehatan mental, tidak sedikit yang menganggap gangguan mental menjadi aib dalam keluarga. Stigma sebagai suatu bentuk prasangka yang menolak karena dianggap berbeda dengan mayoritas atau diri sendiri (Ahmedani, 2020). Hal ini menyebabkan ketakutan serta menghambat pengembangan individu yang memerlukan bantuan. Menurut data dari Riset Kesehatan Dasar tahun 2018,

19 juta lebih penduduk mengalami masalah pada mental emosionalnya yang dimana rata-rata berusia di atas 15 tahun. Dr. Khamelia Malik dari Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) di Jakarta menyampaikan bahwa terdapat peningkatan hingga 200% angka kesakitan hingga kematian yang dialami oleh masa remaja, (Rokom, 2023). Pada tahun 2018 studi menunjukkan bahwa prevalensi gangguan mental emosional lebih tinggi terjadi terhadap perempuan dibandingkan pada laki-laki, pernyataan ini didapat dari studi yang dilakukan oleh Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar). Penelitian lain juga mendukung dengan menyatakan bahwa perempuan cenderung lebih mudah mengalami kecemasan dan depresi daripada laki-laki, studi ini dilakukan oleh Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia. Menanggapi kondisi tersebut, warga Indonesia saling mengedukasi untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kesehatan mental. Konsep mengedukasi "self development" dapat menjadi pilihan untuk mengembangkan diri, mengenal potensi yang dimiliki dirinya, sehingga mengurangi terjadinya rasa insecure. Self development atau pengembangan diri dilakukan untuk meningkatkan kualitas diri seseorang, tujuannya agar dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan. Sehingga seseorang dapat memilih tujuan hidupnya dan bertanggung jawab atas pilihan mereka. (SoM, 2023). Pada masa ini, semua remaja mengalami berbagai gejala dalam hidup, mulai dari masalah pertemanan, pendidikan, hingga percintaan. Oleh karena itu, penting bagi setiap remaja untuk belajar tentang self development atau pengembangan diri agar mereka dapat lebih memahami dan mengenal potensi pada diri sendiri, yang pada gilirannya akan mempengaruhi perilaku mereka dalam melewati masa remaja dan merencanakan masa depan. (Forum Anak Nasional, 2021). Menurut Herrera, Brown, dan Portlock, self development mencakup peningkatan pengetahuan, kesadaran, kepercayaan diri, serta pemberdayaan diri. Sementara itu, Cheung dan Lai mendefinisikan self development sebagai kemampuan 4 seseorang untuk memahami dirinya sendiri, memahami orang lain, mengatur waktu, menghadapi rintangan dan mengendalikan emosi.

Pengembangan diri diukur menggunakan indikator seperti harga diri, perkembangan emosi, pemahaman tentang batas diri, keterampilan komunikasi perilaku pengambilan risiko yang sehat dan penetapan tujuan. (Sekar & Kamarubiani, 2020). Beberapa alasan mendasar menjadikan self development penting untuk dipelajari. Dengan memahami diri sendiri, kelebihan dan kekurangan dapat diketahui, sehingga mampu menempatkan diri dengan baik dalam kesempatan baru, dan mencapai tujuan hidup. Selain itu, pemahaman diri juga membuat lebih menghargai dan mencintai diri sendiri, serta lebih bersyukur atas segala karunia yang dimiliki. Dalam proses mengenal diri sendiri, perlu memahami siapa saja yang berperan menjadi sistem pendukung (support system), yang bisa berupa orang tua, teman dekat, pacar, buku yang dibaca, artikel, atau bahkan media sosial yang kita akses setiap waktu. Support system dari media sosial dilakukan oleh Ananza Prili yang hadir sebagai seorang influencer yang berfokus pada konten self development (Prili, TikTok Award Indonesia, 2023). Salah satu aspek utama yang disoroti pada influencer adalah faktor kredibilitas dan kepercayaan. Menurut Forbes, influencer adalah seorang individu yang mampu untuk mempengaruhi orang lain baik dalam berperilaku ataupun berpendapat, karena otoritas, posisi, pengetahuan atau hubungan yang dibangun oleh influencer kepada audiens tertentu (Mark, 2020). Gambar 1.3.

4 Data alasan menggunakan media sosial (databoks.katadata.co.id/) Sebuah survei oleh Kementerian Kominfo dan Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa 78,6% orang Indonesia menggunakan media sosial karena membantu mereka dalam berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. 64,3% karena faktor teman ataupun saudara yang juga memakai media sosial. 35,4% dengan alasan untuk mengetahui keadaan, berita, atau aktivitas orang yang dikenal. 19,5% mendapatkan kenalan baru dari bermedia sosial, 20% fitur-fitur media sosial yang sangat menarik, dan 17,6% mereka beralasan karena ingin berbagi atau menginformasikan aktivitas pribadi terutama dalam kehidupan sehari-hari atau karir yang mereka jalani, (Mutia, 2022). Tingginya alasan masyarakat Indonesia dalam

menggunakan media sosial adalah digunakan untuk memudahkan komunikasi serta berinteraksi, sehingga terjadilah proses pertukaran suatu pesan yang digunakan untuk mempengaruhi, 5 memberikan pendapat, ataupun informasi. Hal ini sejalan dengan manfaat media sosial yang bisa menjadi media edukasi, sehingga memudahkan dalam memberikan informasi dan berinteraksi secara online tanpa terbatas oleh jarak. **3** Manfaat edukasi dari media sosial dapat dilihat dari kemudahan mengakses berbagai konten pembelajaran hanya dengan menggunakan telepon genggam. Riset yang dilakukan oleh We Are Social media sosial mendapatkan hasil bahwa Instagram di Indonesia menempati urutan kedua, mengalahkan Facebook dan TikTok. Pada Oktober 2023 kegunaan Instagram di Indonesia sebanyak 104,8 juta orang, jumlah ini menjadikan Indonesia dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia urutan keempat (Annur, 2023). Fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram dapat menarik banyak orang untuk menggunakannya, seperti tag dan hashtag, caption, instastory, explore, siaran langsung, direct message, dan IG TV. Menurut Novesal dalam (Syadat, Kusyeni, & Fauziah, 2022). Banyak influencer yang memanfaatkannya sebagai media edukasi. **3** Konten Instagram yang menarik biasanya memiliki visual yang atraktif, pesan yang sederhana, dan konsep yang interaktif. Keuntungan lain dari penggunaan Instagram adalah banyaknya pengguna serta easy to use atau kemudahan penggunaannya, sehingga sering digunakan oleh peserta didik maupun tenaga pendidik (Mulyanta, 2022). Konten memainkan peran penting sebagai inti dari proses edukasi. Dalam pembuatan konten edukatif, penting untuk menggabungkan pengetahuan tacit dan eksplisit. Pengetahuan tacit adalah jenis pengetahuan yang tersimpan dalam pikiran setiap individu, diperoleh melalui pengalaman pribadi. Pengetahuan ini mencakup wawasan dan pemahaman mendalam yang didapatkan melalui praktek dan pengalaman. Di sisi lain, pengetahuan eksplisit yaitu telah dilakukan tahap pensederhaan, disusun dan menjadi dokumentasi sebuah pengetahuan yang didapat sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Pengetahuan ini biasanya berbentuk buku, artikel, manual, atau sumber daya lainnya yang

dapat diakses dan dipelajari oleh siapa saja. Dengan menggabungkan kedua jenis pengetahuan ini, konten edukatif menjadi lebih komprehensif dan efektif dalam menyampaikan informasi. Seperti yang dilakukan oleh Ananza Prili dalam membuat konten edukasi mengenai self-development melalui akun Instagram @ananzaprili dalam menggabungkan pengetahuannya yang dikemas dengan berbagai bentuk visual konten seperti foto dan video.

Ciri-Ciri Konten Self-Development menurut Wijayanti & Rahmawati (2021) adalah memberikan nilai edukatif, seperti informasi atau pengetahuan yang dapat membantu individu berkembang dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keterampilan, pemahaman diri, dan pengelolaan emosi. Menginspirasi dan memotivasi, bisa berisi cerita inspiratif atau kutipan motivasi yang mendorong individu untuk mencapai tujuan mereka dan terus berkembang.

19 Berfokus

pada pengembangan keterampilan: seperti manajemen waktu, komunikasi efektif, atau kepemimpinan.

Interaktif dan engaging: konten yang baik seringkali mengajak pembaca atau penonton untuk berpartisipasi aktif, seperti melalui latihan, refleksi diri, atau diskusi. Mendorong refleksi diri: mengajak individu untuk merenungkan pengalaman dan perasaan mereka sendiri, serta mengenali kekuatan dan kelemahan pribadi. Setidaknya didasarkan pada riset dan bukti. Gambar 1.4 Self love adalah bagian dari self development (Instagram Ananza Prili, 2024) Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana media sosial terutama Instagram dapat menjadi media edukatif dengan pesan-pesan yang dilakukan melalui unggahan konten yang di posting di akun Instagram @ananzaprili. Dan berfokus pada topik konten self development, Namun peneliti juga menganalisis konten yang masih berhubungan yaitu self love, karena berdasarkan salah satu postingan konten @ananzaprili membahas mengenai arti self love adalah bagian dari pengembangan diri atau biasa disebut self development. Metode analisis isi kualitatif, menjadi metode yang peneliti gunakan dan dikombinasikan konsep pengemasan pesan. Proses pengemasan pesan tersebut mencakup berbagai aspek, seperti tema, bentuk, dan jenis konten. Peneliti tidak hanya fokus pada metode



analisis, tetapi juga mengacu pada penelitian terdahulu yang relevan untuk mendukung temuan dan analisis. Penelitian terdahulu ini digunakan sebagai dasar untuk memperkuat argumen dan memberikan konteks yang lebih luas terhadap hasil penelitian saat ini. Penelitian pertama berjudul, “Analisi Resepsi Follower TikTok Dalam Membangun Self Development Pasca Pandemi Covid 19 (Studi Kasus TikTok @ananzaprili) diteliti oleh Mara Zalfa, Puri Bestari, dan Gustiana Sabarina pada tahun 2021. 6 Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dari analisis video TikTok @ananzaprili yang berjudul 17 “Cara Kendalikan Cemas 6 menunjukkan tiga informan menyetujui sepenuhnya makna video, sedangkan dua informan menyetujui sebagian dan membentuk pemaknaan alternatif. Variasi ini disebabkan oleh perbedaan pengalaman, kepribadian, profesi dan penelitian ini menggunakan media sosial TikTok, serta metode Analisis Resepsi untuk mengetahui makna pada konten. 11 Penelitian kedua yang berjudul 2 “Pengalaman Informasi Followers Akun Instagram @Viviatal Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Self Development 11 yang diteliti oleh Muhammad Ilham dan Yona Primadesi pada tahun 7 2024. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman para pengikut Instagram @viviatal dalam mencari informasi mengenai pengembangan diri mencerminkan proses identifikasi hasil yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka. Para pengikut merasakan dampak signifikan dari konten yang disajikan, serta bagaimana konten tersebut memengaruhi dan memperkaya kehidupan mereka. Hasil dari identifikasi yang dilakukan terlihat yaitu sumber informasi, pengaruh media, dan dampak pencarian informasi, penelitian ini menggunakan akun Instagram @viviatal dan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk melihat pengaruh followers pada akun tersebut. Kedua penelitian terdahulu membahas fokus yang sama dengan penelitian ini yaitu self development, hal ini menunjukkan bahwa self development menjadi topik yang menarik untuk dibahas oleh seorang peneliti, karena adanya urgensi sehingga relevan dengan situasi saat ini terutama pada kalangan remaja (Rokom, 2023). Keduanya menunjukkan hasil bahwa media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi suatu alat yang cukup efektif untuk

mengedukasi. Adanya penelitian terdahulu, memperkuat alasan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Terdapat kebaruan dari penelitian terdahulu yaitu peneliti menggunakan media sosial Instagram, pada akun @ananzaprili dan peneliti akan fokus terhadap salah satu strategi pengembangan diri yaitu self-development, yang menjadi salah satu cara support system pada kesehatan mental individu. Berdasarkan latar belakang diatas, berawal dari hanya sekedar ingin sharing dan berbagi pengalaman Bersama, ternyata akun tersebut banyak mendapatkan dukungan dan tidak sedikit yang merasa teredukatif karena interaksi yang cukup dekat dilakukan oleh Ananza Prili melalui kolom komentar dan story (Prili, TikTok Award Indonesia, 2023). Melalui media sosial, Ananza Prili dapat menyebarkan konten edukasi secara luas dan cepat, serta berinteraksi langsung dengan pengikutnya. Peneliti ingin memahami lebih dalam bagaimana pengemasan pesan ini memengaruhi audiens dan memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Dengan menggunakan Analisis isi sebagai metode, serta indikator seperti bentuk pesan, bentuk konten, dan jenis konten.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk pesan self development pada akun Instagram @Ananzaprili periode September 2023 – Februari 2024?
2. Bagaimana bentuk konten self development pada akun Instagram @Ananzaprili periode September 2023 – Februari 2024?
3. Bagaimana jenis konten self development pada akun Instagram @Ananzaprili periode September 2023 – Februari 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan bentuk pesan self development pada akun Instagram @Ananzaprili periode September 2023 – Februari 2024
2. Menjelaskan bentuk konten self development pada akun Instagram @Ananzaprili periode September 2023 – Februari 2024
3. Menjelaskan jenis konten self development pada akun Instagram @Ananzaprili periode September 2023 – Februari 2024

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah melakukan kajian terhadap penelitian ini, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terbagi menjadi dua kategori:

- 1.4.1. Manfaat Akademis

Hasil yang didapatkan dalam penelitian

ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sumber bagi kepentingan dalam bidang ilmu komunikasi, terutama dalam dunia media sosial dan konten. Selain itu dapat digunakan sebagai salah satu referensi untuk dikembangkan dan meningkatkan kemampuan dalam berpikir ilmiah melalui penulisan ilmiah dan memberikan solusi serta manfaat terkhusus dalam bidang ilmu komunikasi yang berhubungan dengan analisis isi. 1.4.2.

Manfaat Praktis Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi maupun saran untuk pengelola akun Instagram @ananzaprili yang terbuang dengan pengemasan pesan pada konten yang sangat inspiratif, agar dapat diaplikasikan kedalam kontennya. Serta memberikan motivasi kepada seluruh content creator untuk turut semangat memberikan konten-konten yang positif dan dapat bermanfaat untuk orang lain, termasuk dalam mengedukasi self development.

9 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1

Penelitian Terdahulu Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa penelitian untuk menjadi tinjauan literatur atau acuan peneliti dalam proses penelitian.

Peneliti mencari 9 penelitian yang serupa dengan tema yang akan

menjadi fokus penelitian. Yaitu media sosial sebagai edukasi self

development. Table 2.1 Tabel Kajian Literatur No Judul, Penulis,

Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Perbedaan

dengan penelitian ini 1 Analisis Resepsi Follower TikTok Dalam Membangun

Self Development Pasca Pandemi Covid 19 (Studi Kasus TikTok

@ananzaprili) / Mara Zalfa, Puri Bestari, Gustiana Sabarina / 2021 Unive

rsitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Analisis Resepsi

Kesimpulan dari analisis video TikTok @ananzaprili "Cara Kendalikan Cemas

menunjukkan tiga informan menyetujui sepenuhnya makna video, sedangkan

dua informan menyetujui sebagian dan membentuk pemaknaan alternatif. 6 14 Variasi

ini disebabkan oleh perbedaan pengalaman, kepribadian, profesi, dan

sensitivitas terhadap perasaan insecure dan overthinking. Perbedaan pada

penelitian ini adalah media sosial yang digunakan dan metode

penelitian. Penelitian ini menggunakan media sosial Instagram, dengan

metode penelitian analisis isi kualitatif. Sedangkan penelitian terdahulu

menggunakan media sosial TikTok, dan metode yang digunakan Analisis Resespsi. 2 Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran/ Lia Febria Lina, Almira Devita Putri, Defia Riski Anggarini / 2021 Universitas Teknokrat Indonesia Metode Wawancara Pelatihan menunjukkan siswa/siswi memahami manfaat media sosial untuk personal branding, pekerjaan, dan bisnis. Mereka mendapat wawasan tentang pekerjaan baru terkait media sosial dan penggunaan optimalnya. Beberapa sudah memiliki bisnis online, sehingga pelatihan berikutnya akan fokus pada fitur media sosial untuk bisnis. Perbedaan pada penelitian ini adalah media sosial yang digunakan serta metode penelitian. Peneliti ini menggunakan media sosial Instagram yang berfokus pada topik pengembangan diri dan metode analisis isi kualitatif. Sedangkan Penelitian terdahulu menggunakan media sosial secara umum, serta tidak hanya berfokus pada topik pengembangan diri, namun juga bisnis, serta metode penelitian yang digunakan adalah wawancara. 3.3.3 Pengalaman Informasi Followers Akun Instagram @Viviatat Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Self Development / Muhammad Ilham, Yona Primadesi / 2024 Universitas Negeri Padang Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Disimpulkan bahwa pengalaman para pengikut akun Instagram @viviatat dalam mencari informasi tentang self development menunjukkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, hasilnya diidentifikasi. Konten yang dibagikan oleh akun tersebut mempengaruhi serta berdampak pada para pengikutnya.. Hal ini terlihat dari hasil identifikasi sumber informasi, pengaruh media, dan dampak pencarian informasi. Perbedaan pada penelitian ini adalah akun yang digunakan dan metode penelitian. Penelitian ini menggunakan akun Instagram @ananzaprili dan metode penelitian analisis isi kualitatif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan akun Instagram@viviatat dan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sumber: Olahan Peneliti Tabel diatas adalah kumpulan penelitian yang akan dijadikan sebagai tinjauan literatur atau acuan peneliti dalam proses penelitian

ini. Dimana peneliti pengumpulan berdasarkan keterkaitan dengan topik peneliti, yaitu konten edukatif self development melalui media sosial. Penelitian pertama berjudul, “Analisi Resepsi Follower TikTok Dalam Membangun Self Development Pasca Pandemi Covid 19 (Studi Kasus TikTok @ananzaprili) diteliti oleh Mara Zalfa, Puri Bestari, dan Gustiana Sabarina pada tahun 2021. Studi ini menyimpulkan bahwa dari analisis video TikTok @ananzaprili yang berjudul "Cara Kendalikan Cemas menunjukkan tiga informan menyetujui sepenuhnya makna video, sedangkan dua informan menyetujui sebagian dan membentuk pemaknaan alternatif. Variasi ini disebabkan oleh perbedaan pengalaman, kepribadian, profesi, dan sensitivitas terhadap perasaan insecure dan overthinking yang berbeda- beda. Perbedaan utama di penelitian ini adalah media sosial yang digunakan dan metode penelitian. Penelitian ini menggunakan media sosial Instagram, dengan metode penelitian analisis isi kualitatif. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan media 11 sosial TikTok, dan metode yang digunakan Analisi Resepsi untuk mengetahui makna pada konten. Penelitian kedua yang berjudul, “Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran diteliti oleh Lia Febria, Almira Devita Putri, dan Defia Riski Anggarini pada tahun 2021. Studi ini menyimpulkan bahwa pelatihan menunjukkan siswa/siswi memahami manfaat media sosial salah satunya untuk pengembangan diri seperti personal branding, mencari pekerjaan, dan membuka bisnis. Mereka mendapat wawasan tentang pekerjaan baru terkait media sosial dan penggunaan optimalnya. Beberapa sudah memiliki bisnis online, sehingga pelatihan berikutnya akan fokus pada fitur media sosial untuk bisnis. Perbedaan utama pada penelitian ini adalah media sosial yang digunakan serta metode penelitian. Peneliti ini menggunakan media sosial Instagram yang berfokus pada topik pengembangan diri dan metode analisis isi kualitatif. Sedangkan Penelitian terdahulu menggunakan media sosial secara umum dan bermakna semua media sosial serta tidak hanya berfokus pada topik pengembangan diri saja, namun juga membuka bisnis. 11 Penelitian ketiga yang berjudul

2 “Pengalaman Informasi Followers Akun Instagram @Viviatal Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Self Development yang diteliti oleh Muhammad Ilham dan Yona Primadesi pada tahun 2024. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman pengikut akun Instagram @viviatal dalam mencari informasi self-development menunjukkan bahwa mereka mengidentifikasi hasil untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Pengikut akun @viviatal merasakan pengaruh dari konten-konten yang dihasilkan, serta dampaknya terhadap mereka. Hal ini terlihat dari hasil identifikasi yang dilakukan yaitu sumber informasi, pengaruh media, dan dampak pencarian informasi. Perbedaan utama pada penelitian ini ada pada akun yang digunakan dan metode penelitian. Penelitian ini menggunakan akun Instagram @ananzaprili dan metode penelitian analisis isi kualitatif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan akun Instagram @viviatal dan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk melihat pengaruh followers pada akun tersebut.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Persuasif

Persuasi hadir dari adanya keterampilan public speaking para sofis di saat zaman Yunani kuno. Cara serta Teknik dalam Public Speaking disebut dengan retorika. Dalam disiplin komunikasi, retorika sebagai salah satu pendekatan adanya persuasi, (Hendri, 2019). Menurut Cicero (dalam Hendri, 2019) terdapat lima unsur persuasi yang saling berhubungan dengan kemampuan retorika, diantaranya : 1. Penemuan bukti serta argumen (invention) 2. Pengorganisasian (arrangement) 3. Pengayaan artistic (style) 4. Penyampaian secara ahli (delivery) 5. Mengingat (memory) Janos Csapo dan Andor Magyar, 2010 (dalam Hendri, 2019) mendefinisikan bahwa persuasi adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk mencoba memodifikasi perilaku seseorang melalui interaksi simbolik, sehingga memberikan efek perubahan sikap, perhatian, kepercayaan, atau perilaku melalui cara yang luwes, halus, dan manusiawi. Penyampaian pesan harus dilakukan secara efektif agar tujuan yang diharapkan tercapai. Seorang komunikator perlu menggunakan beragam simbol yang kedua belah pihak pahami dan mengerti dalam komunikasi. Maka dari itu,

peneliti ingin menggunakan teori komunikasi persuasi karena teori ini dapat memberikan makna mengajak komunikasi melakukan sesuai dengan apa yang dikatakan oleh komunikator. Hal ini selaras dengan yang dilakukan pada akun @ananzaprili di Instagram, memberikan edukasi yang mengajak audiens untuk lebih peduli terhadap pengembangan diri. 2.2 **10** 2. Pengemasan Pesan Menurut Widjaja dan Wahab Arisyk (dalam Feliza, 2022) terdapat tiga bentuk pesan yaitu sebagai berikut: 1. Informatif Informatif adalah proses memberikan informasi berupa fakta dan data mengenai hal-hal yang baru diketahui, tanpa maksud untuk memengaruhi komunikasi dalam pengambilan keputusan atau tindakan bahkan paksaan. Pesan informatif ini sifatnya netral dan tidak memihak kepada siapapun, sehingga dapat lebih mudah memahami suatu topik/isu tertentu. Ciri-ciri pesan informatif adalah didasarkan pada fakta, jelas dan to the point, pesan disampaikan untuk khalayak umum dengan tujuan memperluas wawasan, dan disampaikan secara terperinci, (Febriani, 2021, p. 11) 2. Persuasif Persuasif merupakan upaya yang berfokus pada bujukan atau ajakan dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran pada penerima pesan, sehingga mereka secara sukarela mengambil langkah untuk melakukan perubahan. Ciri – ciri kalimat mempersuasi dimulai dari menampakkan gagasan beserta alasan yang diberikan, bukti untuk memperkuat, ataupun contoh untuk lebih meyakinkan para pembaca yang kemudian diikuti dengan adanya kalimat ajakan, imbauan, bujukan, atau saran, seperti “Yuk, marilah, ayo lah, dan lain sebagainya serta penandaan dengan adanya tanda seru (!) (Fadhillah, Fitroh, Sania, & Damayanti, 2022, p. 124) 3. **7** Koersif Koersif adalah bentuk penyampaian pesan yang mengandalkan kekuatan paksaan dan ancaman dengan menggunakan sanksi-sanksi tertentu. Intinya 13 adalah melalui agitasi dan penekanan yang menimbulkan kepanikan, kekhawatiran, dan ketakutan di antara publik. Koersif sering kali berupa perintah atau instruksi yang ditujukan untuk mencapai suatu target tertentu. Dari penjelasan di atas, disimpulkan bahwa terdapat tiga bentuk pesan utama yang disampaikan melalui media sosial, yaitu informatif, persuasif, dan koersif. Pesan

informatif memberikan informasi yang jelas, pesan persuasif bertujuan mempengaruhi audiens, dan pesan koersif menggunakan tekanan untuk mencapai tujuan. Ketiga bentuk pesan ini dapat digunakan untuk menyampaikan informasi di akun Instagram @ananzaprili selama periode September 2023 hingga Februari 2024. Strategi ini dilakukan guna mencapai tujuan yang diharapkan dan memiliki dampak signifikan. 2.2.3. Media Sosial Instagram Sebelum munculnya fenomena media baru saat ini, media massa telah menjadi fenomena yang dominan. Namun, saat ini telah terjadi perkembangan baru dalam dunia media, yaitu media sosial yang menjadi inspirasi bagi peralihan dari media massa berkembang ke media virtual. Perkembangan ini telah mengarah pada perbedaan zaman, yaitu zaman siaran dan zaman interaktif. (Nugroho, 2020, p.77). Pada era siaran, media sebagian besar dikontrol oleh lembaga penyiaran seperti perusahaan media cetak, televisi, radio, dan studio film yang menyebarkan informasi kepada audiens. Namun, era ini umpan balik yang diterima cenderung tidak langsung, mengalami penundaan, dan bersifat tidak personal. Berkat kemajuan teknologi, interaksi dalam skala besar lebih dapat diakses daripada sebelumnya. Pada era interaktif saat ini, satu individu dapat berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus dan menerima umpan balik dengan cepat. Media Sosial adalah jembatan untuk komunikasi sosial, bersifat online dan biaya yang rendah. Dengan kehadiran media sosial, individu dalam masyarakat memiliki kesempatan untuk berinteraksi, berbagi cerita, serta berpartisipasi dalam pembentukan jaringan sosial. Media sosial memungkinkan kolaborasi yang luas dalam merancang dan menyampaikan pesan, menggunakan berbagai media seperti gambar, video, grafik, teks, dan simbol-simbol lainnya (Nugroho, 2020, p.78). Hal ini memperluas kemungkinan bagi masyarakat untuk menyampaikan ide, menyuarakan pendapat, serta mengembangkan inisiatif kolaboratif yang lebih luas. Kietzmann et al (dalam Nugroho, 2020, p.80) mengatakan terdapat tujuh fungsi media sosial, yaitu identitas (identity), kehadiran (presence), berbagi (sharing), percakapan (conversation), hubungan

(relationship), reputasi (reputation), dan kelompok (group). Fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram dapat menarik banyak orang untuk menggunakannya, seperti hashtag, caption, instastory, explore, live, direct message, dan IG TV. Menurut Novesal dalam (Syadat, Kusyeni, & Fauziah, 2022). We Are Social menunjukkan bahwa media sosial Instagram di Indonesia menempati urutan kedua, mengalahkan Facebook dan TikTok. Pada Oktober 2023 serta dengan pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 104,8 juta orang, jumlah ini menjadikan Indonesia dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia urutan keempat (Annur, 2023). Sehingga disimpulkan bahwa media sosial merupakan jenis media online yang memudahkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi konten, dan melakukan banyak interaksi dengan orang lain. Media sosial memiliki peran penting dalam komunikasi dan pemasaran, memungkinkan audiens untuk berbagi ide dan mencari informasi dengan cepat dan mudah. Khususnya Instagram, aplikasi ini memudahkan audiens untuk mengakses informasi secara efisien. Konten di akun Instagram @ananzaprili, menggunakan fungsi media sosial untuk berbagi mengenai edukasi terkait dengan self development.

2.2.4 Bentuk Konten

Bentuk konten dibuat dalam berbagai bentuk atau format menggunakan proses digitalisasi sehingga dapat disimpan, diakses, dan diterapkan di media digital dengan mudah untuk dibagikan ke berbagai platform lainnya, Husna (dalam Prameswara, 2023)

1. Tulisan Konten yang berbentuk tulisan ataupun kata-kata seperti quotes yang diperoleh dari berbagai sumber, baik para ahli ataupun kata-kata yang diciptakan oleh Ananza sendiri, dengan tujuan memberikan motivasi ataupun semangat menjadi diri sendiri dengan proses melakukan pengembangan diri.
2. Video Konten berupa gambar bergerak yang saat ini sangat diminati, terutama jika topik, isi, dan kualitasnya menarik. Bentuk konten video Ananza seringkali membagikan konten-konten yang mengedukasi tentang self development. Dengan penggunaan bahasa-bahasa sederhana sehingga mudah dipahami oleh audiens.
3. Gambar/foto Bentuk konten yang menggambarkan aktivitas creator, umumnya Ananza membagikan foto dirinya untuk

menunjukkan outfit yang dikenakan pada hari itu, tidak jarang Ananza juga membagikan foto tempat dengan aesthetic. 4. Kombinasi Bentuk konten kombinasi adalah gabungan semua bentuk konten, yaitu berisikan tulisan, video, dan foto dalam satu konten. Bentuk konten ini dapat menggunakan audio ataupun tidak. Namun, pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan bentuk konten yang memungkinkan berhubungan dengan konten yang akan dianalisis yaitu Instagram, dan bentuk konten yang digunakan dalam penelitian ini adalah foto, tulisan, dan video. 2.2.5.

Jenis Konten 15 Jenis konten dibagi dari tujuan konten tersebut dibuat dan bentuk kontennya (Edib, 2021 , p. 21) Sebagai berikut : 1.

Konten Edukatif Konten edukatif mencakup informasi yang berguna dengan tujuan untuk memperkaya nilai dari konten utama. Sebagai contoh, ketika seseorang mempelajari topik kosmetik, mereka dapat membuat konten yang memberikan tips memilih produk kosmetik, merekomendasikan berbagai harga, dan memberikan panduan cara penggunaannya. Dalam hal ini Ananza memanfaatkan platform media sosial untuk berbagi pengetahuan yang bermanfaat dengan pengikutnya, terutama untuk mengedukasi mengenai pengembangan diri dengan penyampaian yang menarik dan mudah dipahami. 13 2. Konten

Informatif Konten yang bersifat informatif bertujuan untuk memberikan informasi tentang suatu hal, baik melalui tulisan, gambar, atau video. Informasi ini biasanya berkaitan dengan hal-hal penting atau inti dari konten.

Dalam hal ini, Ananza biasanya membuat konten yang bersifat informatif menggunakan sumber- sumber yang kredibel, ataupun berdasarkan pengalaman dan fenomena yang sedang tren saat ini. 20 3. Konten Review Konten review

merupakan ulasan terhadap suatu produk, barang, atau jasa. Jenis konten ini sering kali memuat testimoni dari konsumen yang telah menggunakannya, sehingga penonton dapat memperoleh informasi lebih mendalam tentang produk atau jasa yang sedang diulas. Dalam hal ini Ananza biasanya membuat konten untuk review sebuah produk, tempat, ataupun jasa yang telah bekerja sama ataupun berkolaborasi, lalu diberikan link pembelian, sehingga memudahkan audiens jika tertarik untuk membelinya. 4. Konten

Interaksi Dirancang untuk berinteraksi dengan pengguna media sosial, interaksi ini memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada platform media sosial. Dalam hal ini, Ananza juga dikenal karena membuat konten interaktif yang melibatkan pengikutnya secara aktif.

15 Melalui Instagram, Ananza sering mengadakan sesi tanya jawab, dan diskusi yang mendorong partisipasi audiens. Ananza menggunakan metode ini untuk tidak hanya berbagi pengetahuan, tetapi juga untuk mendengarkan dan merespon kebutuhan serta pertanyaan dari audiens. Dari penjelasan diatas, disimpulkan terdapat empat jenis konten yang disampaikan melalui media Namun, pada penelitian ini, peneliti hanya memanfaatkan beberapa jenis konten yang sejalan dengan konten yang akan dianalisis yaitu konten edukatif, konten review, dan konten interaksi, ketiga jenis konten tersebut adalah jenis konten yang digunakan oleh Ananza dalam membagikan kontennya melalui media sosial Instagram. 16 2.2 2 5 6. Self Development Pengembangan diri, juga dikenal sebagai self development, merujuk pada upaya individu untuk meningkatkan kesadaran diri, mengeksplorasi potensi, bakat, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup dan menjadi pribadi yang lebih maju. Self development merupakan kunci penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan perkembangan individu. 2 Dengan menggunakan pendekatan ini, seseorang berusaha untuk melakukan perbaikan, perubahan, dan pengembangan terhadap dirinya sendiri, baik dalam aspek kualitas pribadi maupun kehidupan secara keseluruhan. Metode pengembangan diri sangat bervariasi antara individu satu dengan yang lainnya. Setiap orang memiliki kebutuhan pengembangan yang unik. Walaupun begitu, terdapat beberapa langkah umum yang dapat diambil untuk melaksanakan pengembangan diri. Dalam pengembangan diri membutuhkan proses dan setiap individu akan mengalami tahapan dan waktu yang berbeda-beda. Menurut menurut Wijayanti & Rahmawati (2021) Ciri-ciri atau karakteristik pada konten self- development di media sosial adalah sebagai berikut: 1. Memberikan Nilai Edukatif Konten self development harus mengandung informasi atau

pengetahuan yang dapat membantu individu berkembang dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keterampilan, pemahaman diri, dan pengelolaan emosi.

2. Menginspirasi dan Memotivasi Konten ini sering kali berisi cerita inspiratif atau kutipan motivasi yang mendorong individu untuk mencapai tujuan mereka dan terus berkembang. 3. Berfokus pada Pengembangan Keterampilan Termasuk panduan atau tutorial yang membantu individu mengembangkan keterampilan praktis, seperti manajemen waktu, komunikasi efektif, atau kepemimpinan. 4. Memiliki Struktur yang Jelas Konten self development biasanya disusun dengan cara yang terstruktur dan mudah diikuti, sering kali dengan langkah-langkah atau tahapan yang jelas. 5. Interaktif dan Engaging Konten yang baik sering kali mengajak pembaca atau penonton untuk berpartisipasi aktif, seperti melalui latihan, refleksi diri, atau diskusi. 6. Mendorong Refleksi Diri Banyak konten self development mengajak individu untuk merenungkan pengalaman dan perasaan mereka sendiri, serta mengenali kekuatan dan kelemahan pribadi. 7. Didasarkan pada Riset dan Bukti Konten yang berkualitas sering kali didukung oleh penelitian atau teori dari bidang psikologi, pendidikan, atau ilmu sosial lainnya. 17 Dari tujuh karakteristik atau ciri-ciri konten self development, sejalan lurus dengan Ananza yang mengimplementasikan poin poin diatas menjadi sebuah konten yang menarik. Hal ini menunjukkan pentingnya menghadirkan informasi yang relevan dan inspiratif bagi audiens yang mencari perkembangan pribadi dan profesional.

2.2.7. Perkembangan Masa Remaja Clarke-Stewart & Friendman, dan Ingersoll, Masa remaja merupakan tahapan transisi dari masa kanak-kanak ke dewasa, mengalami adanya perubahan fisik dan psikologis. 16 Remaja juga berkembang secara kognitif dan memulai untuk berpikir abstrak layaknya orang dewasa. Pada periode ini, remaja mulai melepaskan diri dari orang tua dan mempersiapkan diri untuk peran sosial baru sebagai orang dewasa (Teori Perkembangan Remaja: Masa Remaja, 2021), Perkembangan masa rema, menurut Alex Sobur (dalam Dianada, 2018) dapat dikelompokkan menjadi beberapa tahapan sebagai berikut: 1. Pra Remaja (11 atau 12 – 13 atau 1

4 tahun) Pra remaja hanya satu tahun, dengan ciri perilaku yang cenderung negatif dan sulit berkomunikasi dengan orang tua. 17 Perubahan hormonal menyebabkan suasana hati tak terduga dan perkembangan tubuh yang terganggu. 8 Remaja mulai lebih reflektif dan khawatir tentang pandangan orang lain terhadap mereka, seperti "Apa yang mereka pikirkan tentang aku 8", "Mengapa mereka menatapku 8", dan "Apakah aku salah satu anak 'keren' 8". 2. Remaja AWAL (14-17 tahun) Pada tahap ini, perubahan terjadi dengan cepat dan mencapai puncaknya, sering kali menyebabkan ketidakseimbangan emosional. Remaja berusaha menemukan identitas diri mereka karena ketidakjelasan status mereka. Hubungan sosial mulai bergeser, meniru pola orang dewasa muda, dan mereka menuntut hak untuk membuat keputusan sendiri dengan berpikir lebih logis, abstrak, dan idealistis, sambil menghabiskan lebih banyak waktu jauh dari keluarga. 3. Remaja Lanjut 17 – 21 tahun Pada tahap ini, remaja berusaha menarik perhatian dan menonjolkan diri secara berbeda dari sebelumnya. Mereka menunjukkan idealisme tinggi, ambisi besar, semangat, dan energi yang meluap-luap. Remaja juga berupaya mempertegas identitas diri mereka dan meraih kemandirian emosional. Dari penelitian diatas disimpulkan bahwa fase remaja sering kali ditandai dengan sikap memberontak dan perilaku menentang, yang merupakan bagian alami. Sikap ini adalah respons wajar terhadap kebutuhan remaja untuk membentuk identitas diri dan mandiri.. Hal ini menjadi alasan peneliti untuk mengambil masa remaja dalam penelitian, dan self development menjadi satu hal yang sangat membantu proses remaja untuk lebih mengenal dirinya melalui pengembangan diri. Peneliti juga berfokus pada remaja perempuan, karena dari penjelasan sebelumnya peneliti menuliskan 18 bahwa perempuan beresiko lebih rentan mengalami isu mental, serta konten Ananza di Instagram, dengan target audiens remaja perempuan sehingga semakin memperkuat, terlihat dari followers yang mendominasi perempuan, dan desain konten yang memiliki karakteristik colorful. 2.3 Kerangka Berfikir Gambar 2.1. Kerangka Berpikir (Olahan Peneliti) Dalam penyusunan kerangka berpikir penelitian ini, berawal dari adanya fenomena

isu mental di Indonesia karena rasa insecure atau tidak percaya pada dirinya sendiri akan potensi dan apapun yang dimiliki saat ini, sehingga mendapatkan perhatian dari salah satu influencer yang tertarik untuk membahas self development kemudian membagikan ilmu yang didapatkannya dari masa kuliah Psikologi melalui media sosial Instagram (Prili, 2023) yaitu akun @ananzaprili yang banyak membahas self development untuk mengedukasi pengembangan diri kepada para remaja. Hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini, dimana peneliti ingin melihat pengemasan pesan yang dilakukan pada Instagram @ananzaprili melalui konten-kontennya yang berfokus pada self development, pada periode September 2023 – Februari 2024. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, dan peneliti menggunakan tiga konsep yang terkait, meliputi bentuk pesan, bentuk konten, dan jenis konten. 21 BAB III

METODOLOGI PENELITIAN 3.1. Pendekatan Penelitian Penelitian pada dasarnya adalah cara untuk menentukan kebenaran atau untuk mengonfirmasi kebenaran yang ada. Upaya untuk mencapai kebenaran dapat dilakukan oleh berbagai kalangan seperti filsuf, peneliti, atau praktisi melalui berbagai pendekatan yang disebut sebagai paradigma. Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Uno, 19 2020), paradigma penelitian adalah "Sekelompok asumsi, konsep, atau proposisi yang diterima secara bersama-sama dan mengarahkan cara berpikir dalam penelitian". 8 Paradigma ilmiah bersumber dari pendekatan positivisme, sedangkan paradigma alamiah bersumber dari pendekatan post-positivisme. 1 Secara sederhana, paradigma post-positivisme adalah paradigma yang otonom atau mandiri karena dapat berdiri sendiri. Di satu sisi, paradigma ini mampu menginterpretasikan data atau pesan, tetapi di sisi lainnya, juga mampu mengklasifikasikan data berdasarkan dimensi yang ada. Menurut Dimiyati (dalam Uno,2020) mengatakan beberapa manfaat dari paradigma penelitian, diantaranya : a. Mengingatkan peneliti tentang peran penting mereka dalam menghadapi berbagai bidang pengetahuan, baik dalam hal bentuk objek formal maupun materialnya. b. Mengingat peneliti kualitatif dihadapkan pada kompleksitas dan kebebasan nilai dalam realitas sosial,

oleh karena itu secara epistemologis, peneliti harus mampu memilih bidang ilmu tertentu dalam meneliti objeknya. c. Untuk memfasilitasi peneliti dalam mengumpulkan data guna mendukung pengembangan teori dari observasi langsung di lapangan penelitian. d. Akan memberikan panduan terhadap arah, proses, pilihan metode dan teknik, pengkategorisasian, serta analisis penelitian. e. Menekankan kepada peneliti untuk secara sadar menghadapi subjek penelitian secara personal, menyeluruh, dan holistik. f. Mempermudah peneliti dalam merumuskan teori pengetahuan berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan. g. Mengurangi kemungkinan adanya unsur subjektivitas dari peneliti dalam proses penelitian. h. Membimbing peneliti dalam mengembangkan epistemologi, metodologi, dan logika pengetahuan.

1 Pada penelitian ini paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah post- positivisme karena pandangan paradigma tersebut memandang penelitian sebagai sebuah entitas yang saling terkait. Paradigma ini juga mengakui variasi dan perspektif yang dimiliki oleh para peneliti, dibandingkan dengan hanya fokus pada satu realitas tunggal. Pendekatan ini mendukung penggunaan metode pengumpulan dan analisis data yang beragam dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas mengenai pengemasan pesan self development yang terdapat pada akun Instagram @ananzaprili dengan menggunakan 55 konten yang terdapat dalam periode September 2023 – Februari 2024. 3.2. Metode Penelitian Dalam sebuah penelitian, diperlukan suatu metode yang terstruktur secara sistematis dan ilmiah yang membantu peneliti dalam menjawab rumusan masalah. Metode penelitian merujuk pada strategi yang digunakan peneliti untuk menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci fenomena serta realitas yang menjadi fokus penelitian. Pada penelitian ini, berdasarkan dari topik dan tujuan penelitian, peneliti memutuskan untuk menerapkan metode kualitatif. metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif, dikarenakan peneliti ingin mendeskripsikan fenomena, dimana saat ini untuk memberikan edukasi self development dapat dilakukan melalui konten yang unik dan menarik, seperti unggahan yang dilakukan oleh akun

Instagram @ananzaprili. Dalam Buku Ardianto dan Kadir (2021:3) yang berjudul “Aplikasi Statistik dalam penelitian” menulis bahwa, data kualitatif adalah jenis data yang mencakup pengelompokan berdasarkan ciri-ciri seperti bentuk kalimat, kata-kata, atau gambar. Jenis data ini menunjukkan kualitas suatu fenomena. Contoh data kualitatif mencakup kerajinan siswa dan motivasi belajar yang rendah. Biasanya, data semacam ini diperoleh melalui wawancara atau observasi, dan bersifat subjektif karena interpretasi orang yang mengamati dapat bervariasi. Menurut Creswell, (dalam Salmaa, 2023), penelitian kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk meneliti dan mempelajari arti dari individu atau kelompok dengan suatu permasalahan sosial yang berfungsi untuk memahami secara lebih dalam mengenai segi tertentu dari sisi sikap, kepercayaan dan perilaku. Berdasarkan beberapa pengertian menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan kepada subjek dari penelitian tersebut yang dapat berupa tempat, orang, ataupun benda dan hasil penelitian yang diperoleh dari subjek penelitian diolah atau diuraikan dalam bentuk narasi atau tertulis. 1 12 Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi (content analysis). 7 Metode analisis isi merupakan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis isi komunikasi dengan sistematis, objektif, dan berdasarkan kuantitatif. Objektif adalah kunci dalam metode ini, di mana peneliti harus mampu mengurangi pengaruh faktor subjektif sehingga analisis tetap objektif. Dalam konteks ini, bila dilakukan penelitian Kembali dengan peneliti lain, maka hasilnya kemungkinan besar akan sejalan atau sama dengan kesimpulan yang telah diperoleh sebelumnya (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019, p. 255). Menurut Jalaludin Rakhmat, analisis isi digunakan untuk menggali informasi dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang, dan metode ini dapat diterapkan pada berbagai jenis komunikasi. Carl Hovland, seorang psikolog yang memainkan peran signifikan dalam Sekolah Komunikasi Yale, melakukan eksperimen yang berkaitan dengan dampak

persuasif dari media tertentu dan karakteristik audiens, yang meliputi argumen pesan, kredibilitas sumber, aspek kepribadian, dan penggunaan pemicu ketakutan. Dengan demikian, karyanya yang mengeksplorasi propaganda menjadi dasar bagi penelitian kontemporer tentang persuasi (Roskos-Ewoldsen, Roloff, & Berger, 2021, p. 6). Hal ini berjalan lurus dengan penelitian, dimana peneliti ingin menganalisis pengemasan konten edukatif yang dapat mempersuasi para remaja yang berfokus dalam topik self development pada akun Instagram Ananza Prili.

2.1 3.3. Unit Analisis Menetapkan unit analisis merupakan aspek yang penting dalam metode ini. Menetapkan unit analisis ini, auditor dapat dengan lebih mudah melakukan review dan evaluasi yang lebih terstruktur dan objektif. Seperti halnya dengan yang dilakukan Saidatul dalam melakukan evaluasi strategi komunikasi oleh Energi Nasional Malaysia menggunakan unit analisis seperti gambar, rekaman, dokumen yang berkaitan dan berdasarkan para periode waktu tertentu (Putri, P, & Mukhtar, 2021, p. 79). Unit analisis memiliki beberapa Jenis, yaitu :

1. Individu Jenis ini menitikberatkan pada pemeriksaan ciri dan sifat-sifat tunggal entitas, seperti individu atau objek spesifik.
2. Agregat Agregat melibatkan penelaahan kelompok atau sekumpulan entitas individu, seperti lingkungan, organisasi, atau komunitas.
3. Sosial Analisis unit sosial menyoroti pemeriksaan entitas sosial yang berskala lebih besar, seperti budaya, masyarakat, atau institusi. Ketika memilih unit analisis yang sesuai untuk suatu proyek penelitian, peneliti perlu memperhitungkan sejumlah faktor, termasuk pertanyaan dan hipotesis penelitian, ketersediaan dan kualitas data, kepraktisan dan kelayakan, serta kerangka teori dan desain penelitian.

Ciri-Ciri Konten Self-Development menurut Wijayanti & Rahmawati (2021) adalah memberikan nilai edukatif, seperti informasi atau pengetahuan yang dapat membantu individu berkembang dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keterampilan, pemahaman diri, dan pengelolaan emosi. Menginspirasi dan memotivasi, bisa berisi cerita inspiratif atau kutipan motivasi yang mendorong individu untuk mencapai tujuan mereka dan terus berkembang.

13 Berfokus pada pengembangan keterampilan: seperti manajemen waktu, komunikasi efektif, atau kepemimpinan. Interaktif dan Engaging: konten yang baik sering kali mengajak pembaca atau penonton untuk berpartisipasi aktif, seperti melalui latihan, refleksi diri, atau diskusi. Mendorong Refleksi Diri: mengajak individu untuk merenungkan pengalaman dan perasaan mereka sendiri, serta mengenali kekuatan dan kelemahan pribadi. Seta didasarkan pada Riset dan Bukti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan unit analisis yaitu konten dalam bentuk video dalam akun Instagram @ananzaprili dalam periode September 2023 – Februari 2024. Alasan peneliti memilih periode ini dalam penelitian dikarenakan peneliti ingin mendapatkan hasil yang akurat. Maka, dengan periode ini data yang akan didapatkan adalah data terbaru sehingga lebih relevan dan valid. Selain itu, peneliti juga memfokuskan pada konten yang berkaitan dengan self development, dan periode ini memberikan banyak data, sehingga sejalan dengan fokus peneliti. Jumlah konten yang akan diteliti berjumlah 55 konten. Konten Instagram yang terpilih adalah konten 22 yang berfokus pada topik self development. **1** Berikut beberapa contoh konten diantaranya : Tabel 3.1. Contoh Unit Analisis No. Gambar Tanggal dan link Caption

1. 10 November 2023 [https:// tinyurl.com/ 28nkcw8w](https://tinyurl.com/28nkcw8w)
Lo pengen diliat cantik!? Jadi gini, ibaratnya lo keliatan cantik ketika lo percaya akan itu juga!! Lo ga bisa mendapatkan validasi dr org lain, ketika lo aja ga bisa memvalidasi diri lo sendiri..
Embrace yourself shayyy!!👉👉👉 Ketika lo udah merasa fulfill akan diri lo sendiri, ya diri lo sndr akan memancarkan kecantikan lo itu. Sooo.. sekarang lo udah percaya kan klo lo cantik???👉👉👉

👉👉👉 Komentar donggg!!❤️👉👉 2. 14 November 2023 [https:// tinyurl. com/ yn8bc7jf](https://tinyurl.com/yn8bc7jf) Masih berharap ada yg nyelamatin hidup lo?! Mon maap bgt sih kata gue jawabannya adalah “ENGGA”👉👉 Pangeran charming ala drama korea udah ditelan bumi!! drpd berharap pangeran datang yang gatau kapan, pliss bikin diri lo settle ajaa👉👉👉 cuma diri lo yg bisa nyelamatin hidup lo👉👉 gimana gimanaa masih ada



REPORT #22145659

yg berharap jd princess dadakan?? Komentar dongg 3. 15 November 2023

[https:// tinyurl.com/ 4pydxrwp](https://tinyurl.com/4pydxrwp) Self love itu kan cuma perawatan aja

!?! Kalo lo masih mikir kek gitu, LO SALAH BESAR U

Karena self love ga cuma itu doang.. Self Love itu usaha2 apapun dari diri lo untuk menunjang growth atau pengembangan diri lo. Bisa

dari sisi spiritual, fisik ataupun semua hal yang ada di diri lo

sendirii Nah terus gimana caranya sih?? 1. Set Boundaries..

buat batasan2 shayy!! Batasan ini cuma lo yg tauu dan hanya lo

yang bisa netapinnya. Boundaries ini tujuannya buat bikin diri lo

nyaman dengan diri sendiri. 2. Tambah wawasan lo psti seneng

kan ketika lo tau banyak hal? Percayakan diri lo sndr, always

learning everywhere u are okayy?? 3. Self Care Nahh

manjain diri sendiri kaya perawatan ituu gak salah.. lo bisa mulai

dengan ke salon, relaksasi, manicure, bahkan tidur like a sleeping

Beauty itu juga self care. Self care itu harus!! Tapi yg perlu

lo inget, ga cuma perawatan doang yaaa 😊 Sumber: Olahan Peneliti 2

3 Data yang telah terkumpul akan dimanfaatkan untuk mengeksplorasi

konten dari dokumentasi sesuai dengan kebutuhan penelitian ini.

Selanjutnya, peneliti akan mengkategorikan alat ukur sesuai dengan lembar

kode yang telah disusun untuk mencapai kesimpulan yang diperlukan dalam

penelitian ini. 3.4. Teknik pengumpulan data Teknik pengumpulan data

menggambarkan strategi atau pendekatan yang diterapkan untuk mendapatkan informasi yang

15 relevan dalam penelitian. Berbagai teknik tersebut meliputi kuesioner, observasi,

3 11 dokumentasi, dan wawancara. Dalam konteks penelitian ini, dua

jenis sumber data digunakan untuk menentuka unit analisis, yaitu : 1. Data

Primer Menurut Husein Umar (Syafnidawaty, 2020) mendefinisikan data primer

sebagai informasi yang didapatkan langsung dari sumbernya, baik itu

individu atau orang tertentu, seperti hasil wawancara atau tanggapan

terhadap kuesioner yang secara khusus dilakukan oleh peneliti. Dokumentasi

menjadi data primer yang digunakan dalam penelitian ini. Dokumentasi

yang dikumpulkan meliputi video dalam bentuk screenshot , pada akun

Instagram Ananza Prili dalam periode September 2023 – Februari 2024. 2

. Data Sekunder Informasi sekunder dapat menjadi pendukung bagi data primer yang 1 14 yang didapatkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari sumber yang didapatkan tidak dari peneliti langsung (Syafnidawaty, 2020). Untuk mendukung proses penelitian, peneliti menggunakan data sekunder seperti jurnal, penelitian terdahulu, buku-buku dan artikel yang kredibel. 3.5. Metode Pengujian data Penelitian kualitatif dapat dikatakan valid apabila hasil yang didapatkan oleh peneliti sama, seperti realitas yang ada pada objek yang diteliti. Penting bagi peneliti untuk memastikan validitas data agar data yang diperoleh tidak mengandung kesalahan atau cacat. Untuk memastikan validitas data, diperlukan penerapan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan data bergantung pada beberapa kriteria yang telah ditentukan, yaitu dependabilitas, kredibilitas, transferabilitas, dan konfirmabilitas. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian data konfirmabilitas untuk memberikan konfirmasi bahwa nanti data akan melewati sebuah proses untuk mendapatkan hasil yang valid. Dalam penelitian kualitatif, konfirmabilitas lebih didefinisikan sebagai ide intersubjektivitas (atau transparansi), yang menggambarkan seberapa tersedia peneliti dalam mengungkapkan proses dan unsur-unsur dalam penelitiannya. Ini memberikan kesempatan bagi pihak lain untuk mengevaluasi hasil penelitiannya. secara singkatnya Konfirmabilitas melibatkan proses penilaian kriteria, yaitu langkah-langkah yang dipilih oleh peneliti untuk mengonfirmasi temuannya dan mendapatkan hasil yang valid. Dalam proses penelitian ini, peneliti akan memperoleh data dengan melibatkan sejumlah orang lain (dipilih peneliti untuk menjadi coder 2), dengan menggunakan lembar coding yang telah dipersiapkan sebelumnya. Setelah itu, hasil lembar coding dari coder dua akan dibandingkan dengan hasil coder satu (diisi oleh peneliti). Selanjutnya, kedua set data tersebut akan dianalisis oleh peneliti menggunakan rumus Holsti untuk mengevaluasi reliabilitas antara kedua coder. Rumus reliabilitas antar coder : Keterangan: M : Jumlah coding yang sama N1 : Jumlah coding dari coder 1 N2 :

Jumlah coding dari coder 2 Rumus Holsti menunjukkan rentang reliabilitas mulai dari 0 sampai 1. Dalam konteks ini, nilai 0 menunjukkan ketidaksamaan di antara para coder, sedangkan nilai 1 menandakan kesepakatan sempurna di antara para coder. Semakin tinggi nilai yang dicapai, semakin tinggi pula tingkat reliabilitasnya. Nilai minimal yang dapat diterima sebagai angka reabilitas adalah 0,7 atau 70%, jika kurang dari angka tersebut maka menjadi tidak reliabel.

Konten yang akan diteliti oleh peneliti sebanyak 55 konten dalam akun intagram @ananzaprili. Dan menggunakan dua coder yaitu Bunga Saputri (peneliti) sebagai coder pertama dan Josephine Anggita Damaik sebagai coder kedua, seseorang yang pernah mengerjakan analisis isi, serta coding dan menjadi pengikut akun intagram Ananza prili cukup lama. Tabel

3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas Kategor i Indikator N 1 N 2 M

Ujia Realibilitas Presenta se Informatif 5 5 5 2(5)/5+5 100%

Bentuk Pesan Persuasif 50 50 50 2(50)/50+50 100% Koersif 2(0)/0

+0 - Tulisan 2(0)/0+0 - Bentuk Video 55 55 55 2(55)/55+55

100% 25 Konten Gambar 2(0)/0+0 - Edukatif 53 52 52 2(52)/53

+52 99% Jenis Konten Review 2(0)/0+0 - Interaksi 2 3 2 2(2)/2

+3 80% Total 165 16 5 16 4 99% CR = $\frac{2}{M} \cdot \frac{N1+N2}{CR}$

$\frac{2.164}{165 + 165} CR = \frac{328}{330} = 0.993 = 99\%$ 330 3.6. Metode Anal

isi Data Analisis data didalam penelitian kualitatif ini diperlukan

ketika data empiris yang dikumpulkan berupa kata-kata, bukan angka, dan

tidak bisa diubah menjadi data numerik serta tidak dapat dimasukkan ke

dalam kategori atau struktur tertentu seperti klasifikasi. Menurut John

Tukey, teknik dalam analisis data penelitian merujuk pada langkah-langkah

yang digunakan untuk menganalisis data, termasuk proses interpretasi data

yang telah dianalisis serta perencanaan metode pengumpulan data agar

proses analisis dapat dilakukan dengan lebih efisien (Kurniasari, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif . Tahap awal

dimulai pengumpulan data dalam bentuk konten di Instagram @anazaprili

dalam periode September 2023 - Februari 2024, lalu mengkategorikannya

dengan coding yang disediakan peneliti dan hasilnya akan menj **3 6** di kesimpulan

penelitian. Teknik yang diterapkan dalam penelitian adalah analisis data model interaktif, dari Miles dan Huberman (Zulfirman 2022), sebagai berikut: 1.

Pengumpulan data Proses mendapatkan informasi dari data yang didapatkan peneliti untuk dia bil kesimpulan dan tindakan. Data kemudian disajikan berbentuk

deskripsi serta narasi yang lengkap, dan disampaikan secara logis dan sis ematis

agar mudah dipahami. 2. Reduksi data Sebuah proses pemilihan ataupun

seleksi, serta pemfokusan dan penyederhanaan informasi yang relevan

untuk mendukung data penelitian yang telah dikumpulkan. 26 3. Penyajian

data Penyusunan informasi untuk memperoleh kesimpulan dalam penelitian

kualitatif melibatkan beberapa proses. Bagan, ringkasan singkat, atau

format lainnya dapat menjadi penyajian data yang dapat dilakukan. 4.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Proses akhir dari langkah-langkah

sebelumnya adalah kesimpulan, yang diambil dari analisis data serta

data yang telah dicek dengan bukti dari lapangan. 3.7. Keterbatasan

Penelitian Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan

pelaksanaan penelitian, yaitu penelitian ini mengeklusi bentuk konten

berupa tulisan dan foto, dan juga hanya tersentra **16** pada isu self development.

BAB IV H SIL DAN PEMBAHASAN 27 4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memberikan gambaran umum tentang objek

pada penelitian, yaitu profil konten kreator di akun Instagram

@ananzaprili beserta gambaran umum akun tersebut. Peneliti juga akan

menjelaskan frekuensi posting yang dilakukan oleh akun Instagram

@ananzaprili yaitu pada periode September 2023 - Februari 2024, Ananz

a Prili sudah mengunggah postingan mengenai edukatif self- development

sebanyak 55 postingan, Dengan periode ini data yang akan didapatkan

adalah data terbaru sehingga lebih relevan dan valid. Selain itu,

peneliti juga memfokuskan pada konten yang berkaitan dengan self

development, dan periode ini memberikan banyak data, sehingga sejalan

dengan fokus peneliti. Video dari akun Instagram @ananzaprili akan

dikategorikan menggunakan unit analisis, dengan memilih beberapa konten

video yang sesuai dengan kebutuhan analisis. Penggambaran dijelaskan dalam beberapa sub bab, seperti kategori bentuk pesan, dengan indikator koersif, informatif, dan persuasif. Kategori bentuk konten akan mencakup indikator foto dan video, serta jenis konten akan dibagi menjadi kategori edukatif, interaksi, dan review. 1. Profil Hayda Prili Ananza Gambar

4.1 Profil Ananza Prili (Instagram @ananzaprili, 2024) Hayda Prili Ananza, yang lebih dikenal sebagai Ananza Prili, adalah seorang content creator muda yang memiliki latar belakang pendidikan pada bidang psikologi di Universitas Indonesia. Dengan pengetahuan yang dimilikinya, Ananza berupaya untuk mengedukatif penontonnya melalui media sosial, khususnya Instagram. Seperti yang Ananza katakan pada event BeautyFest Asia 2024 "Waktu kuliah aku baru berani coba bikin video. Karena aku merasa bersyukur punya banyak ilmu tentang psikologi, tapi sayang sekali nggak aku share ke orang lain. Padahal, cerita kecil kita bisa menjadi penolong untuk hidup orang lain," (Wati, 2024) Melalui akun Instagram @ananzaprili, dia membagikan berbagai tips, trik, dan informasi seputar kesehatan mental, psikologi, self development, dan gaya hidup. Ananza memulai akunnya pada April 2020 di TikTok dengan mengikuti challenge TikTok untuk membuat konten bertema kesehatan mental, kemudian menjalar ke Instagram pada awal tahun 2023 (Zalfa, Bestari, & Sabarina, 2023) 28 Ananza juga menjelaskan bahwa sebelumnya memfokuskan konten self development melalui TikTok, dan meluas ke Instagram, yang sebelumnya digunakan hanya untuk konten lifestyle, review, dan makeup (Zalfa, Bestari, & Sabarina, 2023). Sejak saat itu, Instagram @ananzaprili melakukan improvisasi dalam penyajian konten, termasuk topik yang diangkat, peningkatan kualitas video dan proses editing. Sampai akhirnya Ananza berhasil mendapatkan banyak pengikut baru dan umpan balik positif dari produksi kontennya. Melalui Instagramnya Ananza membagikan kontennya dalam berbagai bentuk yang lebih bervariasi dari pada TikTok, yaitu adanya konten yang diunggah dalam bentuk tulisan, foto, dan video. Sedangkan di TikTok hanya terdapat foto dan video. Hal ini juga menjadi alasan

peneliti untuk memilih akun Ananza di Instagram, karena selaras dengan fokus pada penelitian ini. Saat ini, akun Instagram @ananzaprili memiliki lebih dari 400 ribu pengikut dan 2.065 konten serta mendapatkan awards dari Beautyfess dalam kategori konten teredukatif dan impactfull (Prili, 2023) dan dilihat sorotan cerita instagram @ananzaprili, ia telah mendapatkan undangan sebagai pembicara lebih dari 120 event, baik di Indonesia dan luar negeri (Prili, 2023). 2.

Gambaran Umum Instagram @ananzaprili Gambar 4.2 Profil Instagram Prili (Instagram @ananzaprili, 2024) Akun @ananzaprili merupakan akun Instagram milik seorang lulusan psikolog bernama Ananza Prili. Akun tersebut mempunyai 400 ribu lebih followers dan 2.068 postingan. Pada biodata terdapat keterangan yang ditulis sendiri oleh sang pemilik akun, yaitu tagline dengan kalimat “Help You Become the Best version of yourself” dengan arti membantu kamu menjadi versi terbaik dari diri sendiri, serta terdapat informasi Self-Development, Beauty, dan Lifestyle yang artinya bahwa akun ini 29 membahas konten yang berkaitan dengan pengembangan diri, kecantikan, dan gaya hidup. Selain itu, terdapat informasi mengenai akun lain yang dimiliki oleh Ananza yaitu TikTok dengan jumlah pengikut yang lebih banyak lebih dari 800 ribu, pernyataan Pendidikan dari lulusan Psikologi, di Universitas Indonesia, serta nomor Whatsapp untuk melakukan kerja sama. Ananza juga aktif dalam saluran siaran yang diberikan nama “safe space” yang mana Ananza bisa berinteraksi lebih dekat dengan para pengikutnya dengan ruang lingkup yang lebih kecil sehingga percakapan lebih intens. Dalam konten, Ananza juga sering membagikan aktivitasnya dalam mengikuti berbagai event edukatif, seperti webinar, talkshow baik sebagai pembicara ataupun tamu undangan. Ananza Prili mulai mengedukatif melalui Instagram pada tahun 2023 untuk fokus membahas self development . Tabel 4.1. Deskripsi Kategori Konten Kategori Indikator Bentuk Pesan Informatif Persuasif Koersif Bentuk Konten Tulisan .Foto Video Jenis Konten Konten Edukatif Konten Review Konten Interaksi Sumber : Olahan Peneliti 4.2. Hasil dan Analisis

Penelitian Rumusan masalah merupakan bagian penting dalam penelitian karena menjadi langkah awal dalam analisis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara pengemasan pesan oleh akun Instagram @ananzaprili dalam membahas self development selama periode September 2023 hingga Februari 2024. Berdasarkan pada rumusan masalah, penelitian ini akan mencakup kategorisasi bentuk pesan di akun tersebut, menggunakan indikator koersif, informatif, dan persuasif. Kategori untuk bentuk konten menggunakan indikator foto dan video. Jenis konten dengan menggunakan kategori edukatif, interaksi, dan review akun Instagram @ananzaprili dengan fokus self development selama periode tersebut.

4.2.1 . Frekuensi Unggahan Akun Instagram @ananzaprili Terkait Self- Development 30 Dalam menganalisis unggahan video di akun Instagram @ananzaprili , peneliti menghitung frekuensi konten pada video yang membahas dengan tema serupa yaitu self development , diunggah selama periode September 2023 hingga Februari 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan persentase video dari total 55 video yang diunggah selama periode tersebut. Dengan demikian, peneliti dapat memahami seberapa besar proporsi konten self development yang dihasilkan oleh akun tersebut.

Tabel 4.2. Frekuensi Unggahan konten Instagram @ananzaprili Bulan Jumlah Unggahan Presentase

Bulan	Jumlah Unggahan	Presentase
September	6	10,90%
Oktober	10	18,18%
November	11	20%
Desember	9	16,36%
Januari	9	16,36%
Februari	10	18,18%
Total	55	100%

Sumber ; Olahan Peneliti

September 11% Oktober 18% November 2% Desember 16% Januari 16% Februari 18%

September Oktober November Desember Januari Februari Pada akun Instagram @ananzaprili jumlah keseluruhan konten yang diunggah dengan tema self development berupa video reels dalam periode September 2023 – Februari 2024 berjumlah 55 konten unggahan. Dalam rentang waktu periode tersebut, peneliti melakukan perhitungan persentasi frekuensi postingan yang berfokus pada pembahasan self development di akun Instagram @ananzaprili setiap bulannya. Dilihat dari tabel diatas, hasil perhitungan peneliti menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi terdapat pada bulan November dengan presentase 20%

dan jumlah unggahan sebanyak 31 11 unggahan. Bulan Oktober dan Februari menempati posisi kedua dengan presentase yang sama pada bulan tersebut yaitu 18,18% serta jumlah unggahan yang sama yaitu 10 unggahan. Bulan Desember dan Januari menempati posisi ketiga dengan jumlah presentase 16,36% dan jumlah unggahan keduanya adalah 9 unggahan. Sedangkan bulan September menempati posisi terakhir dengan presentase 10,90% dan jumlah unggahan sebanyak 6 unggahan. Berdasarkan data yang telah dihitung, terlihat bahwa Ananza Prili sering membahas topik self development pada bulan November 2023 dimana pada bulan tersebut Ananza mendapatkan banyak tawaran event untuk menjadi narasumber, dilihat dari highlight story Instagram Ananza, bulan November terdapat 6 event yang dihadiri oleh Ananza, yaitu Institute pertanian bogor, Besthincfest, Live with BSI, Marina, dan Hijabers community official. Dari event tersebut terdapat 3 konten yang diunggah oleh Ananza berasal dari topik pembahasan saat dirinya menjadi narasumber. Sehingga bulan November menjadi frekuensi tertinggi, dengan jumlah postingan yaitu 11 unggahan.

4.2.2. Bentuk Pesan Peneliti

menerapkan analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi bentuk pesan berdasarkan kategori yang telah ditetapkan sebelumnya. Bentuk pesan dalam konteks ini adalah penyampaian fakta dan data tanpa tujuan memengaruhi penerima dalam pengambilan keputusan. Kategori-kategori tersebut akan dievaluasi kembali relevansinya terhadap video yang diunggah oleh Ananza, menggunakan indikator yang telah ditetapkan dalam alat ukur penelitian ini. Pesan yang disampaikan melalui video akan dianalisis berdasarkan indikator informatif, persuasif, dan koersif, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konten yang diproduksi oleh akun tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan seberapa efektif berbagai bentuk pesan tersebut dalam mencapai tujuannya. Informatif adalah bentuk pesan pertama, dimana sebuah pesan disampaikan pada unggahan Ananza di Instagramnya @ananzaprili memperlihatkan sebuah informasi berupa materi atau data yang berkaitan dengan self development kemudian dikemas dalam

bentuk audio video yang disampaikan kepada audien. Persuasif adalah bentuk pesan kedua, dimana sebuah pesan disampaikan dengan tujuan mengajak audiens untuk melakukan apa yang komunikator katakan yaitu mengajak audiens untuk melakukan hal yang perlu dilakukan dan pastinya berhubungan dengan self development. Koersif adalah bentuk pesan ketiga, dimana sebuah pesan yang dilakukan oleh komunikator bersifat memaksa seperti intimidasi, ancaman, serta tekanan yang membuat audiens menjadi takut. Setelah pengelompokan berdasarkan bentuk pesan dalam setiap unggahan @ananzaprili, didapatkan hasil sebagai berikut : Tabel 4.3.

Jumlah Postingan pada unggahan @ananzaprili Berdasarkan Bentuk Pesan

Kategori Indikator Deskripsi	Jumlah Postingan	Persentase
Informatif Memberikan informasi	Tidak ada kata mengajak	Tidak ada kata memaksa 59%
Persuasif Memberikan informasi	Terdapat kata mengajak	Tidak ada kata memaksa 5091%
Koersif Memberikan informasi	Terdapat kata mengajak	Terdapat kata memaksa 0%

Sumber : Olahan Peneliti Berdasarkan data tersebut, peneliti menemukan beberapa temuan menarik, yaitu sebagai berikut :

1. Unggahan dengan kategori bentuk pesan, pada indikator persuasif menjadi unggahan yang paling banyak digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili, dengan jumlah 50 unggahan.
2. Unggahan dengan kategori bentuk pesan, pada indikator informatif menjadi unggahan yang jarang digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili, karena jumlahnya hanya 5 unggahan.
3. Unggahan dengan kategori bentuk pesan, pada indikator infomatif menjadi unggahan yang tidak pernah digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili, dengan jumlah 0 unggahan.

Hasil ini menunjukkan bahwa dalam mengelola unggahannya dengan fokus topik self development akun Instagram @ananzaprili lebih sering membuat konten dengan bentuk pesan persuasif atau mengajak audiens untuk melakukan hal yang sama dengan apa yang dikatakan oleh Ananza. Dibandingkan hanya memberikan informasi saja, apalagi sampai memaksa, mengancam, dan memberikan tekanan kepada audiens.

A. Informatif 33

Bentuk pesan informatif yang digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili

umumnya berfokus pada pembahasan dan penyampaian informasi mengenai masalah self development, yang kerap dialami oleh masyarakat ataupun informasi seputar tips untuk menjaga diri dan mencintai diri sendiri, terutama remaja perempuan di Indonesia. Seperti yang dilakukan oleh Ananza Pril saat membuat video berjudul “5 Female Hygiene Tips ” atau 5 Tips kebersihan untuk wanita. Dalam video tersebut berisikan informasi yang dijelaskan oleh Ananza pentingnya menjaga kebersihan bagi wanita, terutama untuk daerah sensitif, isi video juga menjelaskan 5 tips menjaga kebersihan, seperti selalu membawa toilet spray untuk menghindari infeksi dan adanya bakteri saat buang air, memberikan cara yang benar saat membersihkan daerah sensitif setelah buang air yaitu keringkan dengan tisu dan usap dari depan ke belakang, bukan sebaliknya. Ananza juga menjelaskan untuk menghindari penggunaan celana dalam yang ketat, selalu menjaga area sensitif tetap kering, karena lembab menyebabkan timbulnya bakteri, dan terakhir mengganti celana dalam dua kali sehari. Ananza juga memberikan caption pada postingan yang mengarahkan bahwa hal seperti ini masih jarang dibahas, dengan alasan malu padahal seharusnya ini menjadi bagian yang cukup penting, “Ada hal yang harusnya dijaga juga, tapi jarang diomongin karena mungkin orang masih ngerasa malu. Padahal ini penting banget loh yaitu.. Feminine hygiene! Girls, ini tuh wajar banget untuk diomongin karena ini penting banget. Maintaining feminine hygiene tuh bukan rutin doang; dia juga bisa jadi bentuk self-love karena tentu saja kamu menjaga diri dari iritasi dan bakteri gak baik!! Apalagi bisa ngerasa fresh, pede dan siap untuk ngapa-ngapain aja” tulisan caption pada unggahan @ananzaprili. Berikut adalah analisis isi yang disajikan peneliti untuk bentuk pesan informatif yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: Gambar 4.3 Unggahan bentuk pesan informatif 9 Oktober 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Unggahan di atas menunjukkan postingan informatif yang dikemas menarik dalam bentuk video. Video ini di unggah pada 9 Oktober 2023 dengan durasi 30 detik berhasil mendapatkan sebanyak 288 ribu kali diputar, 20.512

disukai, dan 1 ribu 34 dibagikan. Unggahan tersebut dikategorikan sebagai postingan informatif dikarenakan dalam video memberikan sebuah informasi berupa fakta dan berdasarkan pada sumber. Video yang dibuat oleh Ananza membahas mengenai trust issues yaitu kondisi di mana seseorang tidak mempercayai orang lain dan cenderung merasa curiga terhadap orang-orang yang mendekatinya. Umumnya, trust issue ini disebabkan oleh peristiwa buruk di masa lalu. Bagi yang mengalaminya, kondisi ini terasa sangat tidak nyaman dan berujung pada berkurangnya interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Pada visual video Ananza tidak menggunakan konsep menjelaskan di depan kamera, namun penjelasan berada di dalam caption. Pada caption Ananza menuliskan bahwa menurut Cathy Caruth, perilaku semacam itu dapat merupakan manifestasi dari trauma, di mana tubuh merespons di masa lalu. Respon tersebut dapat bervariasi, termasuk melarikan diri atau menyangkal perasaan sedih meskipun sebenarnya tidak ada hal yang terjadi. Selain itu, Ananza juga menuliskan cara untuk mengatasinya yaitu dengan cara pertama, selalu mengingat bahwa kondisi terburuk tidak akan berlangsung selamanya. Terimalah masa lalu dan teruslah maju. Cara kedua Pahami akar masalah yang menyebabkan trust issues, terimalah bahwa hal tersebut sudah terjadi dan bahwa itu adalah bagian dari cerita hidup. Dan cara ketiga Ananza menuliskan untuk jangan kembali ke lingkaran pergaulan yang sama, meskipun pernah tersakiti di masa lalu, jangan ulangi perilaku yang menyakiti tersebut. Karena itu akan menciptakan lingkaran yang tidak sehat. Di akhir caption tidak lupa Ananza juga memberikan sumber sehingga lebih valid dan terpercaya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui pemberian informasi faktual kepada audiens mengenai fenomena trust issues dan cara mengatasinya, yang didukung oleh sumber yang tercantum di caption, hal ini meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan. Selain itu, ketiadaan kalimat ajakan yang bertujuan untuk mempersuasi audiens memperkuat alasan

bahwa unggahan tersebut termasuk dalam kategori bentuk pesan informatif.

35 Gambar 4.4 Unggahan bentuk pesan informatif 5 Oktober 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Unggahan di atas menunjukkan postingan informatif yang dikemas menarik dalam bentuk video. Video ini diunggah pada 5 Oktober 2023 dengan durasi 28 detik berhasil mendapatkan sebanyak 294 ribu kali diputar, 16.873 disukai, 56 komentar dan 1 ribu dibagikan. Unggahan tersebut dikategorikan sebagai postingan informatif dikarenakan dalam video memberikan sebuah informasi pada unggahannya mengenai kejadian yang umum terjadi di sekitar remaja Indonesia. Video yang diunggah oleh Ananza berisikan mengenai masalah yang sering dirasakan yaitu pengendalian diri dalam mengatasi emosi. Dalam unggahannya Visual Ananza hanya berisi teks dan cover yang bertuliskan “Za, Kok bisa setiap ada masalah?”, Dari judul dapat diartikan bahwa Ananza mengangkat topik kebiasaan yang terjadi pada remaja ketika menangani suatu masalah. Ananza menjelaskan melalui captionnya dengan menuliskan beberapa tips yang ia gunakan untuk mengatasi suatu masalah. Yaitu pertama kuncinya ada pada mengenali diri sendiri. Dengan mengenali diri sendiri, seseorang akan lebih memahami dirinya. Hal ini mempermudah dalam mengendalikan diri, karena yang paling mengetahui tentang diri seseorang adalah dirinya sendiri. Jadi, individu tersebut akan tahu apa yang terbaik untuk dirinya. Kedua Menemukan metode yang efektif dalam mengatasi stres merupakan hal penting. Penting untuk mencari solusi yang efektif untuk mengurangi atau mengatasi tekanan yang dihadapi. Contoh solusi yang dapat diterapkan termasuk mengalokasikan waktu berkualitas untuk diri sendiri, melakukan perawatan diri, dan terlibat dalam aktivitas yang menyenangkan. Ketiga Memecah masalah, jika merasa terbebani oleh kompleksitasnya. Daripada menghindari, disarankan untuk membagi masalah tersebut sehingga menjadi bagian-bagian kecil dan mempermudah untuk mencari solusi. Hal ini dapat membantu dalam proses pemecahan masalah dengan lebih sistematis dan memudahkan dalam memilih solusi yang tepat. Keempat

Mengajukan bantuan atau dukungan dari individu yang sesuai merupakan tindakan yang dianjurkan. Selain itu, mempertimbangkan untuk berbicara atau berkonsultasi dengan tenaga profesional juga dapat menjadi pilihan yang baik. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui pemberian informasi faktual kepada audiens mengenai fenomena cara mengatasi suatu masalah dengan baik dan memberikan beberapa tips. Selain itu, ketiadaan kalimat ajakan yang bertujuan untuk mempersuasi audiens memperkuat alasan bahwa unggahan tersebut termasuk dalam kategori bentuk pesan informatif.

B. Persuasif 36 Bentuk pesan persuasif yang disampaikan melalui video oleh akun Instagram milik Ananza Prili, umumnya digunakan untuk membahas secara mendalam isu mental yang marak terjadi di kalangan masyarakat, dengan fokus khusus pada tingginya prevalensi di antara remaja perempuan di Indonesia. Dalam setiap unggahan video juga diakhiri dengan adanya kalimat ajakan kepada pengikutnya di Instagram untuk mempersuasi, namun tidak bersifat memaksa. Berdasarkan konsep yang dijelaskan dalam bab dua, persuasi adalah aktivitas yang berusaha mengubah perilaku seseorang melalui interaksi simbolik, sehingga mengubah sikap, perhatian, kepercayaan, atau perilaku mereka dengan cara yang luwes, halus, dan manusiawi. Berikut adalah analisis isi yang disajikan peneliti untuk bentuk pesan informatif yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: Gambar 4.5 Unggahan bentuk pesan persuasi 27 Februari 2024 (Instagram @ananzapriili, 2023) Pada unggahan di atas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk pesan persuasif. Pada 27 Februari 2024 diunggah, dan berhasil mendapatkan sebanyak 113 ribu kali diputar, 6.368 disukai, dan 67 komentar. Video yang dibuat oleh Ananza membahas mengenai bad treatment atau perlakuan buruk yaitu kondisi di mana seseorang mendapatkan perlakuan yang tidak baik atau tidak sebanding dengan perlakuan yang sudah diberikan. Pada video Ananza menjelaskan kepada audiens untuk stop menerima perlakuan buruk dari orang lain. Ananza juga menjelaskan mengenai pentingnya harga diri

kita dari pada perkataan buruk dari orang lain, diakhir video Ananza mempertegas dengan memberikan kata motivasi untuk kita tidak boleh lagi menerima perlakuan buruk dari orang lain. Dari pernyataan tersebut Ananza mengajak audiens untuk lebih menghargai dirinya sendiri, Ananza juga menuliskan pada caption yang cukup panjang dengan memberikan kata pernyataan seperti “Iya guys dikasih bad treatment sama orang tuh rasanya capek banget Kita udah treatment sebaik mungkin dan menghargai banget tapi perlakuan dia ke kita kaya gitu tuh rasanya sakit”. Serta memberikan kata perintah untuk stop melakukan hal tersebut “Dan buat kalian stop terima dan iya iya aja ketika diperlakukan bad treatment sama orang lain! Emang kalian gak capek?! Stop ya guys! 37 Jangan menormalisasikan hal yang gak normal” serta ditutup dengan kata ajakan untuk bisa lebih menghargai diri sendiri “Ayo guys sadar dengan diri lo yang udah lo bangun sejauh ini jangan sampe gak dihargain dan disia siain” Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui unggahannya yang berisi tentang pentingnya menghargai diri sendiri, dan Stop menormalisasikan hal tersebut, serta adanya pernyataan tegas mengajak audiens untuk berfikir, dan yakin untuk melakukan hal tersebut. Seperti kalimat “udah gak ada lagi dari diri lo yang terima kalau dijelekin orang, dibikin sedih, kalau diinjak-injak, I pasti bisa and I trust you!” dan didukung dengan caption yang tertulis kata “Ayo guys, sadar dengan diri lo” termasuk kedalam kata ajakan, yang memperkuat alasan unggahan tersebut termasuk ke dalam kategori bentuk pesan persuasif. Gambar 4.6 Unggahan bentuk pesan persuasi 12 Januari 2024 (Instagram @ananzaprili, 2024) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk pesan persuasif. Pada 12 Januari 2024 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 225 ribu kali diputar, 13,9 ribu disukai, dan 100 komentar. Video yang dibuat oleh Ananza membahas mengenai masalah yang umum dirasakan oleh remaja Indonesia yaitu bingung dengan masa depan, dan merasa hidup seperti tidak ada tujuan. Pada video Ananza menjelaskan kepada audiens hal itu lumrah dirasakan

oleh para remaja, Ananza juga memberikan peringatan untuk tidak perlu khawatir berlebihan mengenai masa depan, karena dimasa-masa muda saat ini adalah masanya explore banyak hal dan tidak semua yang dilakukan akan mendapatkan keberhasilan, disinilah masa muda dihabiskan untuk berproses hingga menemukan satu tempat yang cocok dan pas. Diakhir video Ananza mempertegas dengan memberikan kata ajakan “Yuk bangun, Jangan stuck di satu tempat aja”. Dari pernyataan tersebut Ananza mengajak audiens untuk tidak perlu bingung dan merasa khawatir berlebihan mengenai tujuan hidup dimasa muda. Ananza mengajak untuk lebih aktif dalam berproses dan menikmati masa-masa proses berjalan. Pada caption Ananza juga menuliskan kata positif “Wajar banget guys, Aku yakin kalian 38 lagi banyak cemas, memasuki tahun baru, bulan baru, goals baru, lingkungan baru. Tapi tenang guys satu-satu. Kita nih masih muda, ga harus langsung perfect saat ini juga kok” serta ditutup dengan kalimat ajakan “Nikmatin lagi yuk? Bangkit lagi yuuk? Kekhawatiran bukan sebuah alasan untuk tidak melangkah mengejar sebuah kepastian” Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui unggahannya yang berisi tentang kebingungan dimasa muda dalam memikirkan masa depan, serta adanya pernyataan tegas mengajak audiens untuk semangat dan bangkit lagi dalam berproses baik didalam video maupun didalam caption seperti “Yuk bangun, Jangan stuck di satu tempat aja” dan “Nikmatin lagi yuk? Bangkit lagi yuuk?” sehingga memperkuat alasan unggahan tersebut termasuk ke dalam kategori bentuk pesan persuasif. Gambar 4.7 Unggahan bentuk pesan persuasi 30 Desember 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk pesan persuasif. Pada 30 Desember 2023 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 534 ribu kali diputar, 39,1 ribu disukai, dan 144 komentar. Video yang dibuat oleh Ananza membahas mengenai afirmasi positif untuk kedatangan tahun baru 2024. Pada video Ananza kali ini sedikit berbeda, Ananza mengajak audiens untuk mengucapkan kalimat afirmasi positif yang telah dibuatnya, Ananza menyuruh audiens untuk mengikuti apa

yang ia katakan “Repeat after me, 2024 is my year. I'm constantly growing to be a better person, im get every thing what I want, im right in my path, and e erything happ ns in my favor” dengan arti “Ulangi setelah aku , 2024 adalah tahunku. Aku terus bertumbuh menjadi orang yang lebih baik, aku mendapatkan semua yang kuinginkan, aku berada tepat di jalurku, dan semuanya terjadi sesuai keinginanmu. Pada kalimat ini Ananza memotivasi audiens untuk menjalani kehidupan di tahun baru dengan penuh harapan dan semangat. Ananza juga menambahkan caption dengan kalimat ajakan, untuk melakukan hal yang sama, yaitu membuat afirmasi positif dengan kalimat “Afirmasi positif untuk 39 mengawali 2024 yuuk! Kalian ada kalimat bagus juga ga? Share d komentar doong kita berbagi” dan d tutup dengan kalimat positif “Terkadang, kita lupa menyadari adanya kekuatan dalam kata-kata yang kita ucapkan pada diri sendiri. Afirmasi adalah seperti pemandangan indah yang menghiasi pikiran kita, memberikan energi positif, dan membantu kita melangkah lebih maju untuk mimpi kita. Yuk, mulai hari ini, coba praktikkan afirmasi positif di diri kamu !! untuk merasakan perubahan kecil yang luar biasa dalam kehidupan sehari-hari!” Caption yang ditulis oleh Ananza diakhir tulisan menjelaskan sedikit arti afirmasi dan manfaat yang sangat besar, kemudian ditutup dengan kalimat ajakan untuk mencoba mempraktikkannya dan merasakan perubahan didalam kehidupan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui unggahannya terdapat 3 kalimat ajakan pada unggahan, yaitu satu tertera dalam visual dengan mengajak audiens mengikuti apa yang dikatakan, dan dua tertera dalam caption sehingga unggahan tersebut termasuk ke dalam kategori bentuk pesan persuasif. Gambar 4.8 Unggahan bentuk pesan persuasi 22 November 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk pesan persuasif. Pada 22 November 2023 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 966 ribu kali diputar, 35,5 ribu disukai, dan 54 komentar. Video yang dibuat oleh Ananza membahas mengenai tips

menjadi attractive. Pada video Ananza mempraktikkan secara langsung kepada audiens cara menjadi attractive, dan ditambah penjelasan melalui teks yang berada dalam video. Ananza menjelaskan bahwa cara benar untuk attractive adalah menggunakan teknik fronting yaitu dengan menghadap lawan bicara dan serong saat duduk ke arah yang sama. Selain itu, Ananza juga menambahkan caption dengan kalimat sedikit menjelaskan dan menuliskan Kembali tips yang dijelaskan melalui visual video “Ketika lo merasa canggung atau bingung pas ada org lain, bisa praktek teknik fronting loh teknik fronting bisa lo lakukan dengan cara 1. Duduk menghadap lawan bicara lo dengan posisi serong gitu 2. Habis itu mencondongkan torso, arah kaki, arah badan erta mata 40 ke lawan bicara” Ananza juga menambahkan manfaat teknik fronting “Dengan teknik fronting ini nunjukin sinyal ke org lain kalo lo bersedia buat berinteraksi sama mereka” dan ditutup dengan kalimat ajakan, dengan tujuan mengajak audiens untuk share pendapat mereka “Nah lo udah praktek belum teknik fronting ini?? Yukk share pendapat kalian biar kelihatan attractive yaaa” Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui unggahannya terdapat kalimat ajakan pada bagian penutup caption yang mengajak audiens membagikan pendapat dan pengalaman agar terlihat lebih attractive di kolom komentar, sehingga hal tersebut menjadi alasan mengapa unggahan tersebut termasuk ke dalam kategori bentuk pesan persuasif. Gambar 4.9 Unggahan bentuk pesan persuasi 2 Oktober 2023 (Instagram @ananzapri, 2023) Pada unggahan di atas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk pesan persuasif. Pada 2 Oktober 2023 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 473 ribu kali diputar, 32,7 ribu disukai, dan 164 komentar. Video yang dibuat oleh Ananza membahas mengenai cara balas dendam terbaik. Pada video Ananza menjelaskan bahwa cara membalas dendam terbaik adalah tidak membalas dendam. Ananza juga menjelaskan bahwa hal terpenting yang dilakukan adalah fokus kepada diri sendiri, terus berproses, dan anggaplah mereka tidak pernah ada. Selain itu, Ananza juga menambahkan caption dengan

kalimat yang menegaskan bahwa yang perlu dilakukan adalah fokus kepada diri sendiri “Bestiee.. dengan lo fokus ke diri lo sendiri dan bikin diri lo lebih hebat lebih keren dari sebelumnya aja udah bikin sana ketar-ketir, tidak balas dendam adalah The Best Revenge Ever!!” dan ditutup dengan caption kalimat ajakan “PLEASE GURLS.. ga ada balas dendam terbaik yang bisa kamu lakukan kecuali TIDAK BALAS DENDAM” yang mengajak audiens untuk tidak perlu melakukan balas dendam, namun fokus saja terhadap pencapaian diri sendiri. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui unggahannya terdapat kalimat ajakan 41 pada bagian penutup caption yang mengajak audiens untuk tidak membalas dendam kepada orang lain, hal ini menjadi alasan jika unggahan tersebut dikategorikan sebagai pesan persuasif adalah karena unggahan tersebut bertujuan untuk mempengaruhi atau meyakinkan pembaca untuk melakukan sesuatu. pesan persuasif. 4.2.3. Bentuk Konten Penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif terhadap konten akun Instagram @ananzaprili untuk mengidentifikasi bentuk konten berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada relevansi konten yang diunggah di media sosial Instagram. Video yang dianalisis adalah tayangan yang paling mewakili jenis konten dalam setiap kategori. Melalui analisis ini, peneliti dapat menjawab rumusan masalah terkait bentuk – bentuk konten yang terdapat pada akun Instagram @ananzaprili selama periode September 2023 hingga Februari 2024. Pada awalnya, penelitian ini menganalisis konten berdasarkan tulisan, foto, dan video. Namun, setelah mempertimbangkan dengan kriteria tertentu peneliti akhirnya menganalisis bentuk video saja. Akun Instagram @ananzaprili menggunakan ketiga jenis penyajian ini agar menarik perhatian. Setelah mengelompokkan konten, peneliti menemukan hasil berikut berdasarkan bentuk konten: Tabel 4.4. Jumlah Postingan pada unggahan @ananzaprili Berdasarkan Bentuk Konten Kategori Indikator Deskripsi Jumlah Postingan Persentase Bentuk Konten Tulisan Kutipan singkat yang diambil dari tulisan baik orang

lain ataupun tulisan Ananza sendiri. Not Relevan 0% Foto Bentuk konten foto dalam akun Instagram Ananza prili seringkali menunjukkan tempat yang aesthetic, atau foto keseharian yang dilakukan oleh Ananza. Not Relevan 0% Video Bentuk konten video dalam akun Instagram Ananza menggambarkan karya visual yang dihasilkan oleh Ananza Prili, yang dapat mencakup berbagai bentuk seperti vlog, tutorial, dokumenter, atau konten kreatif lainnya. 55 100% Sumber : Olahan peneliti 42 Berdasarkan data tersebut, peneliti menemukan beberapa temuan menarik, yaitu sebagai berikut : 1. Dalam membuat sebuah konten, akun Instagram @ananzaprili lebih banyak menggunakan bentuk konten video dalam unggahannya. Dimana konten video menjadi fokus Ananza dalam menyebarkan informasi, baik berbentuk vlog, tutorial, documenter, dan video tren lainnya yang diedit sehingga menarik. 2. Bentuk konten dalam akun Instagram @ananza paling sedikit diunggah dalam bentuk tulisan dan foto, peneliti juga memfokus untuk membahas video dikarenakan tulisan dan foto tidak sejalan dengan fokus yang sedang peneliti teliti. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam mengelola unggahannya dengan fokus topik self development akun Instagram @ananzaprili lebih sering membuat konten dengan bentuk konten video untuk menarik audiens. Hal ini juga di dukung oleh perkataan Millward Brown yang menjelaskan bahwa gen Z ternyata lebih menyukai konten yang berbentuk visual dibandingkan tulisan, karena visual seperti video lebih mudah diterima dan mudah dimengerti. (Kasih, 2021)

A. Video Konten video adalah salah satu bentuk konten yang cukup menarik perhatian audiens karena lebih memudahkan pemahaman penonton. Pada akun Instagram @ananzaprili, konten video menampilkan berbagai unggahan seperti konten edukatif termasuk membahas self development dalam berbagai jenis konten, tutorial, tips and trik, kolaborasi, dan konten kreatif lainnya yang dikemas melalui proses editing sehingga menghasilkan video yang menarik banyak audiens. Berikut adalah analisis isi yang disajikan peneliti untuk bentuk konten video yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: Gambar 4.10 Unggahan Bentuk Konten

REPORT #22145659

Video 10 Februari 2024 (Instagram @ananzaprili, 2024) 43 Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk konten video. Pada 10 Februari 2024 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 114 ribu kali diputar, 5.446 disukai, dan 50 komentar.

Unggahan yang berdurasi 1 menit ini membahas tentang vision board atau alat visual yang digunakan untuk menggambarkan tujuan, impian, dan aspirasi seseorang. Ananza menjelaskan dengan konsep berbicara secara langsung di depan kamera dengan membawa papan yang bernama vision board tersebut. Ananza menjelaskan fungsi dan manfaat dari papan tersebut dan memberikan cara mudah untuk membuatnya. Visual video diedit dengan iringan musik dan menambahkan teks yang berkonsep penuh warna. Dalam unggahan tersebut Ananza juga menuliskan melalui caption sesuai dengan apa yang diucapkan didalam video, sehingga mempermudah audiens untuk mencatat dan membaca Kembali isi video. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam bentuk konten video. Gambar 4.11

Unggahan Bentuk Konten Video 15 Januari 2024 (Instagram @ananzaprili, 2024) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk konten video. Pada 15 Januari 2024 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 126 ribu kali diputar, 7.253 disukai, dan 76 komentar. Unggahan yang berdurasi 1 menit 6 detik ini membahas tentang burnout atau kondisi kelelahan emosional, fisik, dan mental yang disebabkan oleh stres berkepanjangan atau berlebihan. Ananza menjelaskan dengan konsep berbicara secara langsung di depan kamera dengan melakukan peragaan contoh dari burnout itu sendiri, seperti “padahal udah istirahat, makan udah cukup, tidur cukup tapi rasanya masih capek”. Diawal opening Ananza berakting seperti merasa kelelahan padahal seharian tidak ngapa- ngapain, kemudian memberikan contoh, penyebab, dan tips sederhana yang bisa dilakukan. Visual video diedit dengan iringan musik yang ramai dengan tambahan teks yang berkonsep penuh warna. Dalam unggahan tersebut Ananza juga menuliskan lebih detail tips melalui caption sehingga mempermudah pemahaman audiens dan 44 menuliskan sumber

sehingga video lebih kredibel. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam bentuk konten video. Gambar 4.12 Unggahan Bentuk Konten Video 8 Desember 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk konten video. Pada 8 Desember 2024 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 163 ribu kali diputar, 8.450 disukai, dan 47 komentar. Unggahan yang berdurasi 15 detik ini membahas tentang kenyataan hidup. Saat ini dalam visual Ananza tidak menjelaskan dengan konsep berbicara secara langsung di depan kamera, namun hanya sedikit menjelaskan melalui teks dengan berlatar belakang Ananza yang sedang minum dan sedikit berpose. Visual video diedit dengan iringan musik yang cukup sedih dan menambahkan teks yang berkonsep hanya dengan satu warna yaitu putih. Dalam video ini tidak banyak adegan yang diperagakan, Ananza lebih menjelaskan secara detail melalui caption. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam bentuk konten video. Gambar 4.13 Unggahan Bentuk Konten Video 1 November 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk konten video. Pada 1 November 2023 diunggah dan berhasil 45 mendapatkan sebanyak 63,1 ribu kali diputar, 1.542 disukai, dan 20 komentar. Unggahan yang berdurasi 40 detik ini membahas tentang cara menentukan tujuan hidup. Dalam visual Ananza menunjukkan video saat dirinya menjadi narasumber di suatu acara, yang dimana direkam dan dijadikan video oleh Ananza yang kemudian diunggah di media sosial Instagramnya. Dalam video tersebut Ananza hanya menyebutkan 4 hal yang diperlukan dalam menentukan tujuan hidup, dan menjelaskannya dengan detail melalui caption. Visual video diedit dengan sederhana yaitu dengan tambahan teks yang berkonsep penuh warna. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam bentuk konten video. Gambar 4.14 Unggahan Bentuk Konten Video 23 Oktober 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori bentuk konten video. Pada 23 Oktober 2024 diunggah dan

berhasil mendapatkan sebanyak 284 ribu kali diputar, 18.6 ribu disukai, dan 132 komentar. Unggahan yang berdurasi 30 detik ini membahas tentang menjadi Wanita yang bernilai tinggi atau berkharisma. Dalam visualnya konten ini merupakan konten kolaborasi antara Ananza dan Meisyasalwa yang juga merupakan seorang konten creator. Dalam video mereka mengatakan larangan untuk menjadi Wanita berkharisma, penjelasan diutarakan secara bergantian. Video juga tidak menampilkan penjelasan yang cukup kompleks, karena konsep video ini hanya untuk reminder, sehingga dibuat dengan sederhana mengikuti tren lagu yang sedang hits saat itu. Ananza juga menambah caption sebagai pelengkap, untuk lebih mengingatkan audiens untuk tidak melakukan hal yang negatif seperti menyindir orang lain, bergosip di media sosial yang akan menurunkan value seseorang. Visual video diedit dengan sederhana yaitu dengan tambahan teks yang berkonsep warna putih. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam bentuk konten video.

4.2.4. Jenis Konten

Dalam penelitian menggunakan analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi jenis-jenis konten yang dipublikasikan pada akun Instagram @ananzaprili. Analisis ini dilakukan dengan mengacu pada alat ukur penelitian yang relevan dengan karakteristik konten di media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori utama konten yang diunggah, yaitu konten edukatif, konten review, dan konten interaksi. Setelah mengelompokkan konten, berikut adalah hasil yang diperoleh berdasarkan jenis konten: Tabel 4.5. Jumlah Postingan pada unggahan @ananzaprili Berdasarkan Jenis Konten

Kategori	Indikator	Deskripsi
Jumlah Postin gan	Persentase	Jenis Konten Edukatif
Konten edukatif mencakup informasi berguna yang dibuat oleh Ananza terkait dengan ilmu ataupun pengalamannya dalam membahas self developmet 53 98% Review		
Konten review merupakan ulasan terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang telah berkolaborasi bersama dengan Ananza.		
0 Interaksi		
Interaksi ini memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada platform media sosial. Ananza seringkali membuat unggahan yang		

menunjukkan untuk melihat penjelasan di bagian caption untuk menarik interaksi audiens. 2.2% Sumber : Olahan peneliti Berdasarkan data tersebut, peneliti menemukan beberapa temuan menarik, yaitu sebagai berikut : 1. Unggahan dengan kategori jenis konten, pada indikator konten edukatif menjadi unggahan yang paling banyak digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili, dengan jumlah 53 unggahan. 2. Unggahan dengan kategori jenis konten, pada indikator konten interaksi menjadi unggahan yang jarang digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili, karena jumlahnya hanya 2 unggahan. 3. Unggahan dengan kategori jenis konten, pada indikator konten review menjadi unggahan yang tidak pernah digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili dalam membahas self development, dengan jumlah 0 unggahan. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam mengelola unggahannya dengan fokus topik self development akun Instagram @ananzaprili lebih sering membuat konten dengan jenis konten edukatif yang menunjukkan bahwa akun ini berfokus untuk memberikan informasi, pengetahuan, ataupun keterampilan yang bertujuan mendidik dan menginspirasi para audiens berdasarkan pengalaman dan sumber yang relevan dengan fokus unggahan, hal ini juga didukung oleh Ananza yang mendapatkan penghargaan dengan konten kreator teredukatif dan impactful (Prili, 2023). Sebaliknya, jenis konten yang paling jarang diunggah oleh @ananzaprili adalah konten interaksi. Dimana Ananza lebih sering menjelaskan secara langsung di depan kamera, dari pada visual yang hanya menunjukkan kata caption untuk mengarahkan audiens berinteraksi melihat caption. A. Edukatif Konten edukatif merupakan jenis konten yang dibuat dengan tujuan untuk mendidik atau memberikan pengetahuan kepada audiens. Konten ini dirancang untuk menyampaikan informasi yang berguna, memperkenalkan konsep baru, atau mengajarkan keterampilan tertentu kepada audiens. Seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @ananzaprili, dalam konten edukatifnya Ananza sering kali membagikan ilmu dan pengalaman yang dimilikinya seputar dunia Kesehatan mental, terutama membahas mengenai self development serta didukung dengan adanya sumber

yang tertulis didalam caption yang memperkuat informasi. Berikut adalah hasil analisis isi yang dilakukan untuk jenis konten edukatif yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: Gambar 4.15. Unggahan Jenis konten edukatif 22 November 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori jenis konten edukatif. Pada 22 November 2023 diunggah dan berhasil 48 mendapatkan sebanyak 966 ribu kali diputar, 35,5 ribu disukai, dan 54 komentar. Video yang dibuat oleh Ananza membahas mengenai tips menjadi attractive. Pada video Ananza mempraktikan secara langsung kepada audiens cara menjadi attractive, dan ditambah penjelasan melalui teks yang berada dalam video. Ananza menjelaskan bahwa cara benar untuk attractive adalah menggunakan teknik fronting yaitu dengan menghadap lawan bicara dan serong saat duduk kearah yang sama. Selain itu, Ananza juga menambahkan caption dengan kalimat penjas dan menuliskan kembali tips yang dijelaskan melalui visual video dalam bentuk beberapa poin, Ananza juga menambahkan manfaat menggunakan teknik fronting saat mengobrol atau bertemu dengan orang baru. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, serta dengan memperhatikan bagaimana Ananza menyampaikan pesan melalui unggahannya yang menunjukkan informasi yang mengedukasi untuk tampil lebih percaya diri Ketika berbicara dengan orang lain, terutama berbicara dengan orang yang baru pertama kali bertemu. Sehingga hal tersebut menjadi alasan mengapa unggahan tersebut termasuk ke dalam kategori jenis konten edukatif. Gambar 4.16. Unggahan Jenis Konten Edukatif 15 Januari 2024 (Instagram @ananzaprili, 2024) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori jenis konten edukatif. Pada 15 Januari 2024 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 126 ribu kali diputar, 7.253 disukai, dan 76 komentar. Dalam unggahan ini Ananza menjelaskan dengan konsep berbicara secara langsung di depan kamera dengan melakukan peragaan contoh dari burnout itu sendiri. Unggahan ini berdurasi 1 menit 6 detik ini membahas tentang burnout atau kondisi kelelahan emosional, fisik, dan

mental yang disebabkan oleh stres berkepanjangan atau berlebihan, seperti “padahal udah istirahat, makan udah cukup, tidur cukup tapi rasanya masih capek”. Diawal opening Ananza berakting seperti merasa kelelahan padahal seharian tidak ngapa-ngapain, kemudian mengedukasi dengan memberikan contoh penyebab 49 yang sering terjadi, dan cara mengatasinya dengan tips sederhana yang bisa dilakukan, sehingga audience mendapatkan pembelajaran dan bisa mengikuti jika merasakan hal yang sama seperti dalam penjelasan Ananza. Unggahan tersebut Ananza juga menuliskan lebih detail tips melalui caption sehingga mempermudah pemahaman audiens dan menuliskan sumber yang kredibel dan dapat dipercaya. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam jenis konten edukatif.. Gambar 4.17 Unggahan Jenis Konten Edukatif 18 Oktober 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori jenis konten edukatif. Pada 18 Oktober 2023 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 43,1 ribu kali diputar, 1.746 disukai, dan 13 komentar. Dalam unggahan ini Ananza menjelaskan tentang apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan saat melakukan public speaking, dengan konsep menjelaskan tanpa berbicara yaitu menggunakan teks dengan melakukan peragaan contoh dari berawal yang tidak boleh dan peragaan yang boleh dilakukan, seperti Ananza memperagakan hal yang tidak boleh dilakukan yaitu berbicara dengan tatapan mata kosong atau menunduk ke bawah, dan yang benar adalah menatap kedepan dan melakukan eye contact. Lalu tips lainnya yaitu tidak boleh berbicara sambil memasukkan tangan ke kantong celana atau kebelakang. Cobalah lakukan dengan Gerakan tangan yang aktif dan badan yang tegak untuk terlihat lebih percaya diri di depan audiens. Dalam unggahan ini Ananza memberikan edukasi kepada audiens berdasarkan pengalaman yang dimilikinya, karena terlihat dari media sosial Instagram Ananza, aktif berbagi kesehariannya sebagai narasumber diberbagai acara. Terdapat kurang lebih 100 event yang pernah mengundang Ananza untuk menjadi narasumber. Unggahan tersebut Ananza juga menuliskan lebih detail

tips melalui caption sehingga mempermudah pemahaman audiens. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam jenis konten edukatif.

50 Gambar 4.18 Unggahan Jenis Konten Edukatif 5 Februari 2024 (Instagram @ananzaprili, 2024) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori jenis konten edukatif. Pada 5 Februari 2023 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 112 ribu kali diputar, 6.493 disukai, dan 63 komentar. Dalam unggahan ini Ananza menjelaskan tentang diamond, barang dengan nilai harga cukup tinggi dan diminati banyak orang. Dengan konsep menjelaskan secara langsung di depan kamera, Ananza menjelaskan bahwa menjadi diamond yang didambakan banyak orang memerlukan proses yang panjang, sehingga menghasilkan diamond yang berkilau dan bernilai tinggi. Dengan ilustrasi tersebut Ananza juga menjelaskan bahwa jika ingin menjadi diamond maka kita perlu melewati banyak tantangan, dan berani melewati proses yang panjang. Ananza juga menambahkan melalui captionnya dengan membagikan edukasi yaitu memberikan beberapa hal yang bisa dilakukan untuk bisa berproses dan melewati tantangan di masa depan, seperti :

1. Harus tau tujuan yang mau kalian raih.
2. Percaya dan Komit sama diri sendiri
3. Berani keluar dari zona nyaman, gak ada salahnya kita keluar dari zona nyaman untuk mengembangkan jaringan sosial kita
4. Bisa memecahkan permasalahan dengan baik
5. Berani mengambil keputusan dan tindakan
6. Bersikap optimis dan pantang menyerah

Dalam unggahan ini Ananza memberikan edukasi kepada audiens menggunakan ilustrasi dan tips yang perlu dilakukan agar bisa menjadi diamond, serta caption sebagai penjas lebih detail dari isi video sehingga mempermudah pemahaman audiens. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam jenis konten edukatif.

51 Gambar 4.19. Unggahan Jenis Konten Edukatif 7 Desember 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori jenis konten edukatif. Pada 7 Desember 2023 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 308 ribu kali diputar, 8.851 disukai, dan 88 komentar. Dalam

REPORT #22145659

unggahan ini Ananza menjelaskan tentang tips berjalan yang attractive, dengan konsep berbicara secara langsung di depan kamera dengan melakukan peragaan contoh cara berjalan yang attractive. Unggahan ini berdurasi 30 detik memberikan contoh jalan agar terlihat attractive. Sehingga Ananza memperagakan diawal video dengan cara berjalan yang salah yaitu langkah dengan 2 garis, melakukan Gerakan tangan yang tidak beraturan dan terlalu terburu-buru. Kemudian Ananza Kembali memperagakan tips berjalan yang attractive yaitu dengan walk gracefully , kepala harus lurus kedepan, dan senyum, Pundak harus tegak, lengan sejajar dengan pinggul, dan kaki harus jalan secara berirama. Dalam caption Ananza juga memberitahu kepada audiens bahwa posisi jalan yang asal-asal dapat berdampak negative vibes pada pandangan orang lain, bahkan mungkin saja membuat orang lain sungkan berinteraksi dengan kita. Unggahan tersebut Ananza juga menuliskan lebih detail tips melalui caption sehingga mempermudah pemahaman audiens. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam jenis konten edukatif. B. Interaksi Konten Interaksi merupakan jenis konten yang melibatkan audiens untuk berinteraksi pada unggahan yang dibuat oleh konten kreator, sama halnya yang dilakukan oleh Ananza mengunggah konten yang memicu interaksi dengan audiens sehingga terjalinlah komunikasi dua arah, Konten ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang lebih dinamis dan menarik bagi pengguna, serta membangun hubungan yang lebih kuat antara pembuat konten dan audiens. Dalam unggahannya Ananza seringkali membuat konten tanpa visual yang jelas, dan berisi teks dengan mengarahkan audiens untuk membaca caption, yang terdapat penjelasan dan juga pertanyaan, sehingga terjalinlah komunikasi dua arah 52 antara pembuat konten yaitu Ananza dengan audiens yaitu pengikut instagramnya. Berikut adalah analisis isi yang disajikan peneliti untuk jenis konten Interaksi yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: Gambar 4.20. Unggahan Jenis Konten Interaksi 16 Februari 2024 (Instagram @ananzaprili, 2024) Pada unggahan di atas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori jenis

REPORT #22145659

konten interaksi. Pada 16 Februari 2024 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 188 ribu kali diputar, 9.687 disukai, dan 60 komentar. Dalam unggahan ini Ananza menjelaskan tentang work hard in silence atau bekerja keras secara diam-diam, dengan konsep tidak berbicara secara langsung di depan kamera Ananza hanya memberikan kata kunci dan mengarahkan audiens untuk membaca caption. Didalam caption Ananza menuliskan alasan untuk tidak perlu oversharing kepada orang lain. Ananza menuliskan bahwa dalam Menyusun rencana kehidupan tidak perlu untuk membagikan ke orang lain, apalagi belum terlalu dekat. Ananza juga memberitahu untuk lebih selektif dalam pertemanan, karena tidak sedikit yang hanya ingin tau saja namun sebenarnya tidak peduli. Unggahan ini Ananza memberikan peringatan berdasarkan cerita dari para audiens dan pengalaman pribadinya untuk tidak terlalu berbagi cerita kepada orang lain. Ananza hanya menjelaskan secara detail melalui caption, dan disini Ananza memberikan kesempatan audiens untuk berinteraksi dengan menambahkan kata pertanyaan dalam kolom komentar tentang pengalaman serupa, sehingga audiens bisa berinteraksi melalui kolom komentar. Konten ini Ananza ingin melakukan interaksi bersama audiens dengan cara menggiring audiens untuk membaca caption, sehingga menumbuhkan rasa penasaran audiens dan terjadilah komunikasi karena audiens bisa berbagi pengalaman yang pernah dihadapi melalui komentar. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam jenis konten interaksi. 53 Gambar 4.21 Unggahan jenis konten interaksi 5 Oktober 2023 (Instagram @ananzaprili, 2023) Pada unggahan diatas merupakan sebuah postingan yang masuk dalam kategori jenis konten interaksi. Pada 5 Oktober 2023 diunggah dan berhasil mendapatkan sebanyak 294 ribu kali diputar, 16.873 disukai, 56 komentar. Video yang diunggah oleh Ananza membahas tentang pengendalian diri dalam mengatasi emosi. Dalam unggahannya Visual Ananza hanya berisi teks dan cover yang bertuliskan “Za, Kok bisa se tenang itu setiap ada masalah?”, dengan konsep tidak berbicara secara langsung di depan kamera Ananza hanya memberikan kata

kunci dan mengarahkan audiens untuk membaca caption. Didalam caption ananya memberikan 4 tips yang bisa dilakukan oleh audiens lengkap dengan penjelasannya, 4 tips tersebut yaitu mengenali diri sendiri, cari tau cara yang tepat untuk mengatasi masalah, coba pecah masalah menjadi bagian bagian kecil, carilah support yang tepat, tidak harus keluarga ataupun pacar bisa juga dengan konseling ke professional. Unggahan ini Ananza memberikan peringatan berdasarkan cerita dari para audiens dan pengalaman pribadinya untuk membagikan cara agar tetap tenang dalam menghadapi suatu masalah, sehingga tidak mengambil langkah yang salah atau sampai menyakiti diri sendiri. Dalam unggahan ini Ananza memberikan kesempatan audiens untuk berinteraksi dengan menambahkan kata pertanyaan dalam kolom komentar tentang pengalaman serupa, atau cara mengatasi masalah versi audiens sehingga audiens bisa berinteraksi melalui kolom komentar. Konten ini Ananza ingin melakukan interaksi bersama audiens dengan cara menggiring audiens untuk membaca caption, sehingga menumbuhkan rasa penasaran audiens dan terjadilah komunikasi karena audiens bisa berbagi pengalaman yang pernah dihadapi melalui komentar. Dari penjelasan tersebut, postingan ini termasuk dalam jenis konten interaksi.

4.2.5. Pembahasan Penelitian

Setelah memaparkan hasil analisis tentang pengemasan pesan self- development pada media sosial Instagram @ananzaprili, yang meliputi bentuk pesan, bentuk konten, dan jenis konten, sub-bab ini akan memberikan penjelasan yang komprehensif terkait strategi pengemasan pesan tersebut. Tujuannya adalah untuk menguraikan bagaimana pesan self-development dikemas pada akun Instagram @ananzaprili, dengan mempertimbangkan aspek bentuk pesan, bentuk konten, dan jenis konten yang digunakan. Berikut adalah penjelasan mengenai hasil analisis pada akun media sosial Instagram @ananzaprili yang telah dilakukan pada subbab sebelumnya:

54 A. Bentuk Pesan

Bentuk pesan adalah salah satu cara yang digunakan oleh individu untuk menyampaikan sebuah pesan kepada pengikutnya di media sosial. Bentuk pesan ini terbagi menjadi beberapa indikator utama, yaitu koersif, persuasif, dan

informatif. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan bahwa bentuk pesan yang paling sering digunakan oleh Ananza adalah pesan yang bersifat persuasif. Pesan persuasif ini dirancang untuk mengajak, mempengaruhi, dan meyakinkan audiens agar mengikuti tindakan atau kegiatan yang sama dengan pemberi pesan. Dalam hal ini, Ananza tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga berusaha untuk membangkitkan motivasi dan komitmen audiens terhadap isu self development . Melalui pesan persuasif, Ananza berupaya menciptakan perubahan perilaku dan sikap yang positif di kalangan audiensnya. Di akun Instagram @ananzapriili, Ananza secara konsisten membahas berbagai topik yang berkaitan dengan isu pengembangan diri (self development) . Topik-topik ini mencakup beragam aspek yang penting untuk meningkatkan kualitas hidup dan kemampuan pribadi. Beberapa judul yang diangkat oleh Ananza antara lain self love , yang membahas pentingnya mencintai dan menghargai diri sendiri; tips public speaking, yang memberikan panduan dan teknik berbicara di depan umum dengan PD (percaya diri), serta cara mengendalikan diri, yang menawarkan strategi untuk mengelola emosi dan reaksi dalam berbagai situasi. Selain itu, Ananza juga mengeksplorasi topik-topik lain yang berhubungan dengan pengembangan diri, seperti manajemen waktu, peningkatan produktivitas, dan pengembangan kebiasaan positif yang dikemas dengan sederhana dan bahasa yang mudah dipahami, serta adanya tambahan kalimat ajakan pada unggahan baik didalam visual video ataupun captionnya. Dari penjelasan tersebut, menyimpulkan bahwa konten persuasif pada akun Ananza adalah jenis konten yang paling sering digunakan oleh akun Instagram @ananzapriili. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut lebih banyak berfokus pada upaya memengaruhi dan mengajak audiens melalui pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan tujuan utama Ananza yang tertera didalam biografinya yaitu “Help you become the best version of yourself” atau membantu kamu menjadi versi terbaik dari dirimu sendiri dengan fokus self development, beauty, dan lifestyle . Selain itu, bentuk pesan



informatif lebih rendah digunakan dibandingkan dengan konten persuasif. Pandawara menggunakan konten informatif untuk memberikan informasi terkait dengan self development . Sebaliknya, bentuk pesan koersif tidak digunakan sama sekali oleh Ananza. Hal ini karena tidak adanya konten Ananza yang bersifat memaksa audiens untuk mengikuti apa yang dikatakan, bahkan sampai melakukan pengancaman. B. Bentuk Konten 55 Bentuk konten yang digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili dirancang dengan estetika yang sangat menarik dan mudah dipahami oleh audiensnya Ananza dapat dipahami dengan baik oleh audiensnya. Hal ini sejalan dengan gaya personal Ananza dalam mengekspresikan aktivitas dan kesehariannya. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, berikut adalah beberapa poin penting terkait bentuk konten yang digunakan Ananza menyampaikan pesan mereka secara sederhana dan bahasa yang mudah dipahami. Dilihat dari jenis kontennya, Ananza membaginya menjadi beberapa bentuk, yaitu tulisan, foto, dan video. Dari ketiga bentuk tersebut, bentuk konten video adalah yang paling sering diunggah. Konten video adalah konten berupa gambar bergerak yang saat ini sangat diminati, terutama jika topik, isi, dan kualitasnya menarik. Ananza seringkali mengunggah Bentuk konten video tersebut dibuat dengan fokus pembahasan terkait dengan self development, Ananza seringkali membuat video dengan langsung berbicara di depan kamera dan terdapat beberapa konten dengan visual dirinya hanya berpose tanpa berbicara, selain itu Ananza juga menambahkan teks dalam mengedit dengan tema yang penuh warna, sehingga menggambarkan target utama audiens. Sebagai pelengkap Ananza juga menambahkan caption pada setiap postingan yang diunggah, sebagai penjelasan yang lebih lengkap dari video yang diunggah. Dari penjelasan di atas, disimpulkan bahwa konten video adalah bentuk konten yang paling sering digunakan oleh akun Instagram @ananzaprili. Hal ini sejalan dengan tujuan utama Ananza yang ingin mengedukasi lebih banyak orang untuk lebih peduli terhadap dirinya sendiri. Sehingga dengan konten video unggahan Ananza lebih mudah dipahami dan

diterima oleh audiens. Selain itu, Ananza juga pada dasarnya menggunakan konten dalam bentuk tulisan, namun peneliti tidak memasukkan karena tidak sejalan dengan bentuk penelitian. Sedangkan gambar tidak diarahkan atau difokuskan pada topik self development . C. Jenis Konten Jenis konten adalah cara untuk memahami preferensi audiens terhadap berbagai jenis unggahan. Pada akun Instagram @ananzaprili, konten yang diunggah dikategorikan menjadi tiga jenis konten, yaitu edukasi, review, dan interaksi. Ketiga kategori ini dipilih berdasarkan analisis terhadap jenis konten yang paling diminati oleh pengikut. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada sub-bab sebelumnya, terungkap bahwa jenis konten yang paling sering digunakan oleh Ananza di media sosial Instagramnya adalah jenis konten edukasi. Konten edukasi ini dirancang untuk memberikan sebuah informasi yang memberikan dampak positif bagi khalayak, membagikan ilmu dan menambah pemahaman audiens yang berkaitan dengan topik self development . Tujuan utamanya adalah membuat konten tentang pengembangan diri untuk membantu individu meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan potensi pribadi mereka. Konten ini dirancang untuk memberikan wawasan, meningkatkan motivasi, 56 membangun keterampilan, mendorong pertumbuhan, mengatasi tantangan, dan meningkatkan kualitas hidup. Selain itu, jenis konten yang jarang diunggah adalah interaksi. Konten interaksi ini dirancang untuk mendorong adanya keterlibatan aktif dari audiens, seperti membuat konten yang menggiring audiens membaca caption dan berinteraksi di komentar. Sementara itu, jenis konten yang tidak pernah diunggah dalam konteks self development adalah review, karena membahas mengenai produk. BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan 57 Kesimpulan penelitian ini ditarik berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, dengan tujuan utama dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana pengemasan pesan yang dilakukan oleh akun Instagram @ananzaprili dalam membahasa self-development selama periode September 2023 hingga Februari 2024. Secara umum, studi menunjukkan bahwa konten Ananza Prili dibuat dengan

tujuan mempersuasikan audiens untuk lebih peduli akan kesehatan mental, dengan bentuk konten edukasi Ananza berbagi pengetahuan dan pengalamannya yang berfokus pada self development , serta jenis konten yaitu berupa video yang menarik memudahkan audiens untuk memahaminya, sehingga tujuan lebih cepat tercapai. Hasil penelitian dan interpretasi data didasarkan pada konten yang diposting pada akun Instagram @ananzaprili dari periode September 2023 hingga Februari 2024. Konten yang memenuhi persyaratan di atas digunakan sebagai unit analisis untuk menjelaskan pengemasan pesan self development . Analisis dilakukan dengan mempertimbangkan bentuk pesan, bentuk konten, dan jenis konten yang digunakan oleh akun tersebut. Dengan demikian kesimpulan penelitian ini dihasilkan dari analisis mendalam yang telah dilakukan. Bentuk Pesan, pesan yang disampaikan oleh Ananza melalui akun Instagramnya terbagi menjadi tiga indikator utama: informatif, persuasif, dan koersif. Dari ketiga indikator tersebut, pesan yang paling dominan adalah pesan persuasif. Pesan persuasif ini bertujuan untuk mengajak, mempengaruhi, dan meyakinkan audiens agar melakukan tindakan tertentu yang berhubungan dengan self-development . Melalui pesan-pesan persuasif, Ananza tidak hanya memberikan informasi tetapi juga berusaha membangkitkan motivasi dan komitmen audiens terhadap isu-isu pengembangan diri. Beberapa topik yang sering dibahas mencakup self-love, tips public speaking, dan cara mengendalikan diri, yang semuanya dirancang untuk meningkatkan kualitas hidup dan kemampuan pribadi audiens . Bentuk Konten, berdasarkan analisis, konten video adalah bentuk konten yang paling dominan digunakan pada akun Instagram @ananzaprili. Dari 55 unggahan yang dianalisis, seluruhnya berbentuk video, menunjukkan bahwa Ananza lebih memilih media ini untuk menyampaikan pesannya karena dapat menarik perhatian audiens lebih efektif dan lebih mudah untuk dipahami dibandingkan dengan bentuk konten lainnya seperti tulisan atau foto . Video-video tersebut mencakup berbagai jenis, seperti vlog, tutorial, dokumenter, dan konten kreatif lainnya, yang disajikan dengan menarik



dan relevan dengan tema self development . Jenis Konten, pada unggahan Ananza jenis konten juga dikategorikan menjadi konten edukatif, konten review, dan konten interaksi. Konten edukatif merupakan jenis konten yang paling sering digunakan, di mana Ananza membagikan pengetahuan dan pengalamannya seputar kesehatan mental dan pengembangan diri. Konten edukatif ini dirancang untuk memberikan informasi yang berguna dan memperkenalkan konsep- konsep baru kepada audiens. Hal ini sejalan dengan biografi yang tertera pada akun Instagram Ananza, yang menunjukkan bahwa Ananza akan membantu audiens menjadi versi terbaiknya melalui edukasi salah satunya adalah self development. 58 Frekuensi unggahan konten video di akun Instagram @ananzaprili selama periode penelitian menunjukkan adanya konsistensi dalam membahas topik self-development . Dengan rata-rata unggahan yang stabil setiap bulan, Ananza berhasil mempertahankan keterlibatan audiens dan memastikan bahwa pesan-pesan pengembangan dirinya tetap relevan dan up-to-date . Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan pesan persuasif dalam konten video dapat menjadi strategi untuk membahas isu-isu self development di media sosial dengan efektif. Dengan menyajikan konten yang informatif dan menginspirasi, serta mengajak audiens untuk berpartisipasi aktif, Ananza berhasil membangun komunitas yang positif dan mendukung di sekitar akun Instagramnya. Selain itu, penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya konsistensi dan relevansi dalam pengemasan pesan untuk menjaga keterlibatan audiens . Dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @ananzaprili telah berhasil mengemas pesan-pesan pengembangan diri dengan sangat baik melalui penggunaan konten video 10 yang persuasif dan edukatif. Strategi ini tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi tetapi juga dalam memotivasi dan menginspirasi audiens untuk melakukan perubahan positif dalam kehidupan mereka. Keberhasilan Ananza dalam mengelola akun Instagramnya dapat menjadi contoh yang baik bagi kreator konten lainnya yang ingin fokus pada isu-isu pengembangan diri dan kesehatan mental di media sosial.

Diharapkan penelitian ini akan memberikan pemahaman mendalam mengenai cara media sosial dapat sangat bermanfaat dan efektif untuk mengedukasi dan memperkenalkan self-development, serta memberikan panduan bagi kreator konten dalam merancang dan mengemas pesan mereka untuk mencapai dampak yang maksimal. 5.2. Saran Penelitian ini menunjukkan hasil pengemasan pesan self development pada akun Instagram @ananzaprili dari unggahannya selama periode September 2023 – Februari 2024. Konten yang paling mendominasi adalah bentuk pesan persuasi, bentuk konten video, dan jenis konten edukasi, tetapi penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat diperbaiki melalui penelitian lebih lanjut.

5.2.1. Saran Akademis 1. Pada penelitian berikutnya, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan analisis resepsi dengan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara yang bertujuan untuk mengetahui apakah pesan mengenai edukasi self development tersebut benar-benar diterima dan bagaimana pesan dari konten tersebut dimaknai.

5.2.2. Saran Praktis 1. Penelitian ini dapat digunakan oleh kreator lainnya sebagai referensi, seperti psikiater atau psikolog, dalam mengedukasi tentang masalah kesehatan mental secara luas, sehingga tidak hanya terbatas pada self development namun dapat juga solusi lain yang mendukung kepedulian kesehatan mental. 2. Bagi masyarakat umum, konten tersebut bisa dijadikan sebagai salah satu gambaran konten yang berkaitan dengan self development, agar masyarakat bisa lebih peduli lagi akan potensi yang dimiliki sehingga mengurangi dampak buruk terjadi



REPORT #22145659

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.48% repository.upnvj.ac.id https://repository.upnvj.ac.id/24619/4/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.47% www.gramedia.com https://www.gramedia.com/best-seller/self-development/	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.35% btkp-diy.or.id https://btkp-diy.or.id/artikel/pemanfaatan-konten-media-sosial-sebagai-media...	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.33% databoks.katadata.co.id https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/15/orang-indonesia-suka-...	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.32% berita.upi.edu https://berita.upi.edu/kampus-sebagai-wadah-pengembangan-diri-self-develop...	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.29% repository.upnvj.ac.id https://repository.upnvj.ac.id/24619/13/ARTIKEL%20KI.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.29% eprints.umm.ac.id http://eprints.umm.ac.id/3639/3/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.21% e-journal.stit-islamic-village.ac.id https://e-journal.stit-islamic-village.ac.id/istighna/article/download/20/21	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.14% eprints.perbanas.ac.id https://eprints.perbanas.ac.id/6462/3/BAB%20II.pdf	●



REPORT #22145659

INTERNET SOURCE		
10.	0.13% argiaacademy.com https://argiaacademy.com/jenis-konten-media-sosial/	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.11% ejournal.yasin-alsys.org https://ejournal.yasin-alsys.org/index.php/yasin/article/view/2933	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.11% repository.upnvj.ac.id https://repository.upnvj.ac.id/24619/6/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.11% www.hartsimagineering.com https://www.hartsimagineering.com/design-2022/blog/tipe-konten-digital-yang...	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.09% repository.upnvj.ac.id https://repository.upnvj.ac.id/24619/7/BAB%204.pdf	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.08% bithourproduction.com https://bithourproduction.com/blog/6-fitur-rahasia-instagram-bikin-konten/	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.08% forumanak.id https://forumanak.id/artikelView/6e34vw7qn8	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.07% journal.unj.ac.id https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jkkp/article/download/32256/15025/	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.07% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/hot/read/5233380/12-cara-berbicara-yang-baik-guna...	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.07% highlandexperience.co.id https://highlandexperience.co.id/self-development	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.06% kumparan.com https://kumparan.com/ragam-info/memahami-arti-konten-dan-jenisnya-20nTzc..	●



REPORT #22145659

INTERNET SOURCE

21. **0.02%** repository.upi.edu

http://repository.upi.edu/10008/3/t_ptk_0705206_chapter3.pdf

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **1.34%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6235/10/10.%20BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

2. **0.24%** ejournal.yasin-alsys.org

<https://ejournal.yasin-alsys.org/index.php/yasin/article/view/2933>

INTERNET SOURCE

3. **0.2%** repository.stei.ac.id

<http://repository.stei.ac.id/3156/4/Bab%203.pdf>

INTERNET SOURCE

4. **0.19%** repository.upnvj.ac.id

<https://repository.upnvj.ac.id/24619/6/BAB%203.pdf>

INTERNET SOURCE

5. **0.12%** jikm.upnvj.ac.id

<https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/download/102/71/>

INTERNET SOURCE

6. **0.11%** repository.stei.ac.id

<http://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

7. **0.11%** eskripsi.usm.ac.id

<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2016/G.331.16.0086/G.331.16.0086-...>

INTERNET SOURCE

8. **0.1%** repository.uinjkt.ac.id

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Methodolog...>

INTERNET SOURCE

9. **0.09%** jurnal.uin-antasari.ac.id

<https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/download/7747/3...>



REPORT #22145659

INTERNET SOURCE

10. **0.09%** eprints.umm.ac.id
<http://eprints.umm.ac.id/3639/3/BAB%20II.pdf>

INTERNET SOURCE

11. **0.08%** eskripsi.usm.ac.id
<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2020/B.211.20.0035/B.211.20.0035-0..>

INTERNET SOURCE

12. **0.07%** journal.unwira.ac.id
<https://journal.unwira.ac.id/index.php/VERBAVITAE/article/download/1856/538/>

INTERNET SOURCE

13. **0.07%** highlandexperience.co.id
<https://highlandexperience.co.id/self-development>

INTERNET SOURCE

14. **0.07%** digilib.uinsa.ac.id
http://digilib.uinsa.ac.id/45020/2/Hidayatul%20Umuroh_B76216060.pdf

INTERNET SOURCE

15. **0.06%** www.academia.edu
https://www.academia.edu/105128865/ANALISIS_MOTIVASI_GENERASI_Z_DALA...

INTERNET SOURCE

16. **0.02%** repository.unika.ac.id
<http://repository.unika.ac.id/31917/4/17.M1.0042-MONICA%20MUTIARA%20KAS...>

INTERNET SOURCE

17. **0.01%** repository.upnvj.ac.id
<https://repository.upnvj.ac.id/24619/13/ARTIKEL%20KI.pdf>