

ABSTRAK

Pengemasan Pesan Pola Gaya Hidup Sehat Pada Akun Instagram @Flimtyfiber (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun @Flimtyfiber Periode Tahun 2023)

Raihan Azkia Shidqi¹⁾, Clara Evi C. Citraningtyas²⁾, Ronald Maraden Parlindungan Silalahi²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Flimty merupakan merek suplemen kesehatan yang berdiri sejak tahun 2018 dan memiliki visi ingin meningkatkan kesadaran pola gaya hidup sehat dengan salah satu caranya yakni memberikan pesan edukasi mengenai pola gaya hidup sehat di Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat dijadikan sarana sebagai penyebaran informasi kesehatan. Diantara merek sejenis lainnya Flimty sebagai Top *Brand* 2021-2023 lebih konsisten memberikan pesan pola gaya hidup sehat pada akun Instagramnya isu pola gaya hidup sehat penting untuk diangkat karena berdasarkan data sebesar 20% dari total masyarakat Indonesia yang menerapkan pola gaya hidup sehat. Oleh karena itu, diperlukannya pesan pola gaya hidup sehat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pengemasan pesan pola gaya hidup sehat pada akun Instagram @flimtyfiber pada periode tahun 2023 dengan fokus aspek pengemasan pesan jenis konten, sisi pesan, urutan penyajian, daya tarik pesan, dan bentuk pesan. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengemasan pesan yang dilakukan didominasi oleh jenis konten video *reels* dengan penyampaian pesan hanya pada satu pihak yang mempunyai kepentingan dan bagian penting pesan diletakkan di awal pesan (*anti-climax*) serta menggunakan daya tarik pesan rasional untuk memantik perhatian *audiens* yang dikemas dalam bentuk pesan informatif.

Kata Kunci: Pola gaya hidup sehat, pesan, Instagram, Flimty

Pustaka : 49

Tahun Publikasi : 2017 - 2024