

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF AKUN INSTAGRAM
@PUTRILOGI DALAM MEMBERIKAN PEMAHAMAN
LITERASI KESEHATAN MENTAL FOLLOWERS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF AKUN INSTAGRAM
@PUTRILOGI DALAM MEMBERIKAN PEMAHAMAN
LITERASI KESEHATAN MENTAL FOLLOWERS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

AISYA PUTRI AULIA RAHMAWATI
NIM. 3420131

HALAMAN JUDUL

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aisyah Putri Aulia Rahmawati

NIM : 3420131

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF AKUN INSTAGRAM @PUTRILOGI DALAM MEMBERIKAN PEMAHAMAN LITERASI KESEHATAN MENTAL FOLLOWERS”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 01 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Aisyah Putri Aulia R.
NIM. 3420131

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom
Bligo RT 08 RW 08 Kecamatan Buaran, Kabupaten Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Aisya Putri Aulia Rahmawati

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : AISYA PUTRI AULIA RAHMAWATI

NIM : 3420131

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF AKUN INSTAGRAM
@PUTRILOGI DALAM MEMBERIKAN PEMAHAMAN LITERASI
KESEHATAN MENTAL FOLLOWERS**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 03 Juni 2024
Pembimbing,


Mr Rikzam Kamal, M.Kom
NIP. 1988012312019031011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **AISYA PUTRI AULIA RAHMAWATI**
NIM : **3420131**
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF AKUN
INSTAGRAM @PUTRILOGI DALAM MEMBERIKAN
PEMAHAMAN LITERASI KESEHATAN MENTAL
FOLLOWERS**

yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 05 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Dr. Agus Fakhрина, M.S.I
NIP. 197701232003121001


M. Fuad Al Amin, Lc, M.P.I
NIP. 198604152015031005

Pekalongan, 09 Juli 2024

Disahkan Oleh
Dekan




Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = ū

2. Ta Marbutah

*Ta marbutah*hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atunjamīlah*

*Ta marbutah*mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

3. Syaddad(*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad*tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

4. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “hruufqomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirabbil 'alamin puji dan syukur kehadiran Allah SWT, serta diiringi oleh kegembiraan yang memenuhi hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada segala anugerah dan berkah yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak yang turut serta serta memersembahkan bantuan, dorongan, dan inspirasi sepanjang perjalanan panjang penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada :

1. Kepada diriku sendiri atas kegigihan dan keteguhan hati yang telah diperlihatkan selama perjalanan panjang penelitian ini. Tanpa kemauan keras dan tekad yang kuat, pencapaian ini tidak akan menjadi kenyataan. Semoga semangat dan dedikasi ini terus terpancar dalam setiap langkah ke depan, membawa manfaat bagi diri sendiri dan orang lain.
2. Kepada ibu yang sangat penulis sayangi, Catur Yuliani sosok yang telah menjadi pilar kekuatan, teladan kebaikan, dan sumber inspirasi. Terima kasih atas cinta dan dukungan yang tak pernah pudar. Setiap langkah yang penulis ambil telah dipenuhi dengan doa dan harapan dari seorang ibu yang penuh cinta. Semoga karya ini menjadi ungkapan terima kasih yang sepadan bagi segala pengorbanan dan perjuangan ibu. Ibu adalah pahlawan sejati dalam hidup penulis.
3. Kepada bapak saya tercinta, (alm) Ahmad Bakir yang telah meninggalkan jejak kebaikan dan teladan yang tak terlupakan dalam hidup ini. Meskipun bapak telah berpulang, semangat dan cinta yang ditanamkan tetap hidup dalam setiap langkah penulis. Walaupun hanya bisa menemani penulis hingga semester 4 terima kasih atas dukungan tanpa syarat, doa tak henti, dan kasih sayang yang selalu mengalir. Semoga karya ini menjadi penghormatan yang sesuai bagi dedikasi dan perjuangan bapak, serta sumber kebanggaan bagi kita semua.
4. Kepada kedua adik saya Salma Putri Ramadhani dan Fadhil Arkan Dzakwan atas sumber kekuatan, segala dukungan dan semangat yang

selalu kalian berikan. Meskipun mungkin tidak selalu bersama secara fisik, namun semangat dan doa dari kalian telah mengiringi langkah-langkah penulis hingga saat ini.

5. Kepada (alm) mbah kakung, Om Sugeng, Budhe Wati, Bulik Dwi, Pakdhe Wahyu, Budhe Fatma, dan saudara-saudara penulis Dani, Anisa, Shofi, Shyfa, Mas Satria, Mbak Ocha serta seluruh keluarga lainnya yang telah memberikan doa, bantuan, kasih sayang, dan dukungan kepada penulis selama masa studi di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Kepada Kakak Puput pemilik akun @putrilogi serta *followers* @putrilogi yang telah bersedia membantu penulis menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
7. Kepada Citra Adila atas doa, dukungan, motivasi, dan kebersamaan yang tak tergantikan. Kebahagiaan dan keceriaan yang kita bagi telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis. Tidak ada kata-kata yang cukup untuk mengungkapkan betapa berharganya Citra di hidup penulis. Terimakasih telah menjadi pendengar yang baik, pernah menarik penulis dari masa keterpurukan hingga bangkit, dan selalu siap membantu di saat-saat sulit. Kebaikan yang selama ini dilakukan kepada penulis tidak akan pernah terlupakan. *Be kind, always.*
8. Kepada Wahyuni Mardiani yang telah membersamai penulis dimasa akhir perkuliahan yang penuh dengan tekanan. Selalu memberikan nasihat, motivasi, dan waktu yang engkau luangkan serta pernah menarik penulis dari masa keterpurukan. Semoga persahabatan kita selalu membawa kebahagiaan dan keberkahan. Terimakasih sudah menjadi wanita yang kuat dalam menjalani rintangan dalam hidup.
9. Kepada Novita Nurfadillah sahabat terbaik penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang. Sosok yang selalu ada sejak awal perkuliahan. Terimakasih atas doa, dukungan, dan kebersamaan yang kita jalani. Sejak awal perkuliahan selalu bersama melewati momen suka dan duka hingga perjuangan bersama menyelesaikan setiap tugas. Tidak ada kata yang

cukup untuk mengungkapkan betapa berharganya kehadiranmu dihidup penulis.

10. Kepada Amanda Salwa Afni teman seperjuangan skripsi yang selalu berkenan menjawab segala pertanyaan penulis mengenai dunia skripsi. Terimakasih telah menjadi teman yang sangat solutif untuk penulis.
11. Kepada Ummi Fauziah, Firda Khalishofiyannur, Dian Ayu Pratiwi, dan Khanifah Auliana orang-orang baik yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan ini, semoga segala kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.
12. Kepada Nala Mirza Maula, teman yang telah menjadi saksi perjalanan "mengubah patah hati menjadi skripsi" penulis yakin dalam setiap candaan dan ejekanmu, terselip dukungan, doa, dan bantuan yang tak ternilai. (Iya kan? kalau jawabannya tidak maka penulis tidak akan mengajarmu skripsi dan edit canva lagi)
13. Kepada kedua sahabatku, Uti dan Nova yang menjadi saksi perjalanan hidupku sejak dulu. Terimakasih atas doa, dukungan, dan bantuan yang diberikan kepada penulis. Skripsi ini adalah bukti dari perjalanan panjang yang telah kita lalui bersama.
14. Kepada seluruh teman-teman KPI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2020.
15. Kepada Nadin Amizah dan Taylor Swift, dua sosok musisi yang karya-karyanya telah menjadi teman setia dalam proses penyusunan skripsi ini.
16. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis.

MOTTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya”



ABSTRAK

Rahmawati, Aisya Putri Aulia. 2024. Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram @putrilogi dalam Memberikan Pemahaman Literasi Kesehatan Mental Followers. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Komunikasi Persuasif

Jumlah kasus bunuh diri di Indonesia meningkat dari 900 kasus pada tahun 2022 menjadi 971 kasus per Oktober 2023. Masalah yang dihadapi seseorang sering menyebabkan tekanan dan gangguan mental yang memicu perilaku berbahaya seperti bunuh diri. Rendahnya literasi kesehatan mental adalah masalah serius. Penggunaan media sosial untuk edukasi kesehatan mental dengan pendekatan Islam efektif meningkatkan kesadaran dan pemahaman, serta memperkuat spiritualitas bagi mereka yang memiliki masalah mental. Upaya ini bisa dilakukan dengan promosi kesehatan jiwa, seperti melalui berbagai platform Instagram di Indonesia yang mengedukasi tentang kesehatan mental. Salah satu akun Instagram yang mengedukasi pengetahuan kesehatan mental berbasis Islami adalah akun @putrilogi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang digunakan akun Instagram @putrilogi sebagai konten kreator edukasi dalam meningkatkan literasi kesehatan mental *followers*nya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori komunikasi persuasif Melvin DeFluer dan Sandra J-Ball Rokeach dan metode analisis Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif @putrilogi sesuai dengan konsep komunikasi persuasif Melvin L.DeFleur dan Sandra J.Ball-Rokeach dan tingkat pemahaman literasi kesehatan mental *followers* @putrilogi sebanyak 97,8% dari 45 orang *followers* @putrilogi. Hambatan komunikasi persuasif yang dialami hanya ada dua yaitu motivasi dan *noise factor*.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur kami kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram @putrilogi dalam Menambah Pemahaman Literasi Kesehatan Mental *Followers*” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Sam’ani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom selaku dosen pembimbing skripsi atas arahan, bimbingan, waktu, dan kesabaran dalam proses mengarahkan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Kholid Noviyanto, MA.Hum selaku dosen wali atas bimbingan, arahan, dan dukungannya dari awal masa studi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Seluruh staff, karyawan, dan administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini di

masa mendatang. Harapan penulis, skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kajian yang diangkat.

Semoga skripsi ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi mahasiswa lain serta pihak-pihak yang membutuhkan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 01 Juni 2024

Penulis,



Aisya Putri Aulia R.
NIM. 3420131



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
MOTTO.....	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan.....	6
D. Manfaat	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Penelitian Relevan.....	22

G. Kerangka Berpikir.....	26
H. Metode Penelitian.....	28
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	28
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3. Sumber Data.....	29
4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
5. Teknik Analisis Data.....	31
I. Sistematika Pembahasan.....	32
BAB II TINJAUAN UMUM STRATEGI, TEKNIK KOMUNIKASI, KOMUNIKASI PERSUASIF, INSTAGRAM, LITERASI KESEHATAN MENTAL MENURUT PERSPEKTIF ISLAM.....	34
A. Pengertian Strategi.....	34
B. Pengertian Teknik Komunikasi.....	36
C. Komunikasi Persuasif.....	37
1. Pengertian Komunikasi.....	37
2. Komunikasi Sosial Media.....	38
3. Komunikasi Persuasif.....	40
4. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif.....	41
5. Prinsip-Prinsip Komunikasi Persuasif.....	44
6. Strategi dan Teknik Komunikasi Persuasif.....	46

7. Teknik Penyusunan Pesan Persuasif.....	50
8. Hambatan Komunikasi Persuasif	50
D. Instagram.....	51
1. Pengertian dan Sejarah Instagram	51
2. Fungsi dan Fitur Utama Instagram	52
E. Literasi Kesehatan Mental Menurut Perspektif Islam.....	52
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @PUTRILOGI.....	56
A. Akun Instagram @putrilogi	56
B. Visi dan Misi Akun Instagram @putrilogi	59
C. Isi Konten Akun Instagram @putrilogi.....	59
D. Jadwal Publikasi Konten Instagram @putrilogi.....	62
E. Strategi Komunikasi Persuasif @putrilogi dalam Memberikan Pemahaman Literasi Kesehatan Mental <i>Followers</i>	62
BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN.....	74
A. Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram @putrilogi dalam Memberikan Pemahaman Literasi Kesehatan Mental <i>Followers</i>	74
B. Hambatan Komunikasi Persuasif yang Dialami Akun Instagram @putrilogi dalam Memberikan Pemahaman Literasi Kesehatan Mental <i>Followers</i>	87
C. Tingkat Pemahaman Literasi Kesehatan Mental <i>Followers</i> Akun Instagram @putrilogi.....	89
BAB V PENUTUP.....	91

A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hambatan Komunikasi Persuasif Akun Instagram @putrilogi 88

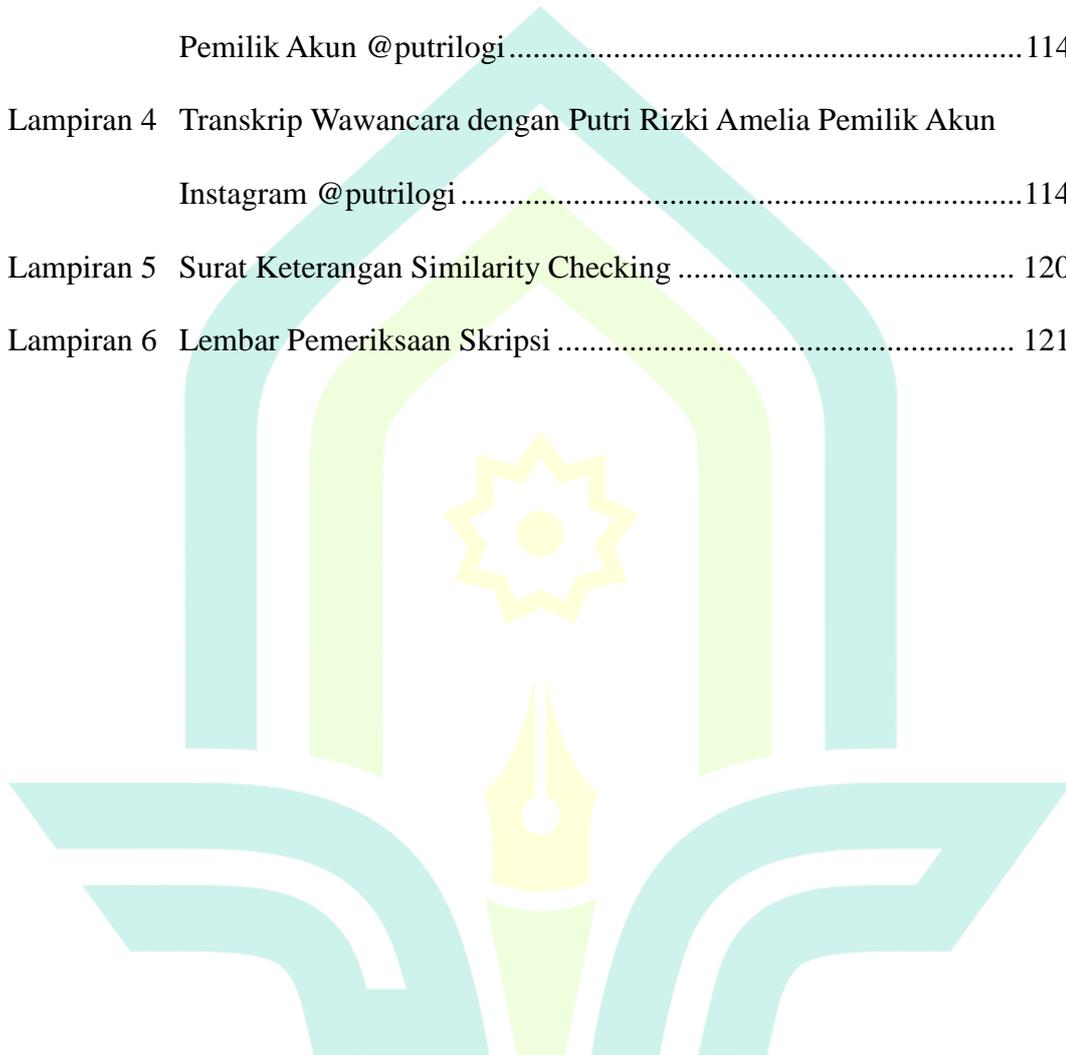


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 3.1	Profil Akun Instagram @putrilogi	56
Gambar 3.2	Postingan Foto @putrilogi.....	60
Gambar 3.3	Postingan Video @putrilogi.....	61
Gambar 3.4	Diagram Tingkat Pemahaman Literasi Kesehatan Mental Followers @putrilogi Sebelum dan Sesudah Memfollow @putrilogi.....	65
Gambar 3.5	Konten Menemukan Tuhan dalam Kebunuhdirian.....	67
Gambar 3.6	Konten Reels Kamu Bisa Kenal Dirimu Tanpa Harus Tes Kepribadian, Kok Mau Nikah Sama Orang Yang Punya Riwayat Gangguan Jiwa, dan Aku Muak Disuruh Sabar	71
Gambar 3.7	Konten Reels Kenapa Ya, Aku Tiba-Tiba Nangis Tanpa Sebab?.....	73
Gambar 4.1	Konten <i>Feeds</i> Kenapa Memaafkan Terasa Sulit?	77
Gambar 4.2	Interaksi di Kolom Komentar Konten @putrilogi	79
Gambar 4.3	Konten <i>Reels</i> Menabung Bom Waktu.....	81
Gambar 4.4	Konten <i>Reels</i> Islami Tapi Gak Punya Empati?	83
Gambar 4.5	Konten <i>Feeds</i> Ramadhan: Belajar Memahami Proses Healing	85
Gambar 4.6	Konten 10 Tahun Berdamai Dengan Insecure	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	100
Lampiran 2 Mini Kuisisioner dengan Followers @putrilogi.....	101
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara dengan Putri Rizki Amelia, S.Psi Pemilik Akun @putrilogi.....	114
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Putri Rizki Amelia Pemilik Akun Instagram @putrilogi.....	114
Lampiran 5 Surat Keterangan Similarity Checking	120
Lampiran 6 Lembar Pemeriksaan Skripsi	121



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia kerap menemui masalah yang dapat menimbulkan tekanan yang menyebabkan stres. Gangguan stres dihadapi manusia karena tidak bisa mengatasi masalah di luar batas kemampuannya, masalah tersebut muncul dari luar ataupun dari dalam dirinya. Kehadiran masalah-masalah yang menimpa seseorang seringkali menyebabkan perasaan tertekan bahkan menyebabkan gangguan mental. Masalah kesehatan mental di Indonesia masih membutuhkan perhatian serius. Kehadiran gangguan mental seperti ini menjadi pemicu perilaku berbahaya seperti bunuh diri. Fenomena bunuh diri di Indonesia menunjukkan peningkatan angka belakangan ini. Meningkatnya jumlah kasus bunuh diri menunjukkan angka yang mengkhawatirkan yaitu sejumlah 900 kasus pada tahun 2022 dan terdapat peningkatan per Oktober 2023 sebanyak 971 kasus di Indonesia.¹ Menurut data yang dikutip pada kompas.id, remaja yang mengalami masalah mental sebanyak 15,5 juta jiwa dan yang mengalami gangguan mental sebanyak 2,45 juta jiwa.² Data tersebut berdasarkan survei yang dilakukan oleh Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey pada tahun 2022.

¹ Nabilah Muhamad, "Ada 971 Kasus Bunuh Diri Sampai Oktober 2023, Terbanyak Di Jawa Tengah," 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/18/ada-971-kasus-bunuh-diri-sampai-oktober-2023-terbanyak-di-jawa-tengah>. Diakses Pada 07 Februari 2023.

² Ahmad Arif, "Krisis Kesehatan Mental Melonjak Di Kalangan Remaja," 2023, <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/05/03/krisis-kesehatan-mental-melonjak-di-kalangan-remaja>. Diakses Pada 07 Februari 2023.

Contoh kasus-kasus bunuh diri di Indonesia yang melibatkan mahasiswa. Kasus pertama mahasiswa berinisial NJW yang ditemukan tewas bunuh diri pada 10 Oktober 2023 di Mall Paragon Semarang yang diduga kuat mengalami depresi sehingga melakukan aksi tersebut. Kedua, kasus bunuh diri mahasiswa kampus swasta di Semarang berinisial EN yang ditemukan tewas bunuh diri pada 11 Oktober 2023 di kamar kostnya, menurut surat yang ditulisnya EN mengakhiri hidupnya karena merasa lelah hidup di dunia.

Rendahnya literasi tentang kesehatan mental merupakan masalah serius bagi masyarakat global. Misalnya, variasi dalam jumlah orang yang meminta bantuan untuk mendapatkan layanan profesional kesehatan mental. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa sebanyak 230 orang (45,9%) memiliki tingkat literasi kesehatan mental yang rendah. Literasi kesehatan mental merupakan pengetahuan dan keyakinan tentang gangguan mental yang membantu rekognisi, manajemen, dan pencegahan. Rendahnya literasi kesehatan mental dapat dilihat dari stigma masyarakat mengenai kesehatan mental menyebabkan seseorang enggan untuk mencari bantuan maupun menceritakan masalah kesehatan mental karena takut dianggap tidak normal. Hal ini yang biasanya memperburuk kondisi mental hingga menyebabkan bunuh diri. Banyak orang mungkin tidak menyadari gejala gangguan mental yang mereka alami karena minimnya pengetahuan tentang edukasi kesehatan

mental. Sangat penting untuk memahami gangguan mental dan tindakan yang dapat dilakukan, yaitu memberikan literasi kesehatan mental.³

Dakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam yaitu dakwah *amar ma'ruf nahi munkar* yang berarti mengajak kepada hal yang baik dan mencegah hal-hal yang mungkar. Asal kata dakwah yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang artinya mengajak, atau memanggil. Pengertian dakwah adalah mengajak seseorang baik secara lisan, tulisan, maupun tingkah laku untuk mengikuti pedoman hidup sesuai ajaran Allah SWT.⁴

Di era digital ini, para da'i dengan sangat mudah dapat menyampaikan dakwahnya melalui media sosial. Kampanye edukasi kesehatan mental dapat dilakukan melalui internet khususnya sosial media. Perkembangan teknologi digital memungkinkan untuk membagikan informasi-informasi positif di sosial media. Instagram merupakan jenis sosial media yang sering digunakan masyarakat saat ini untuk berjejaring sosial, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna Instagram yang bertambah pesat.⁵ Menurut data yang dihimpun oleh Napoleon Cat, dapat diketahui bahwa hingga bulan Agustus 2023 jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 116,16 juta pengguna.

³ Andi Fajrin Permana et al., "Studi Eksplorasi Literasi Kesehatan Mental Pada Mahasiswa Keperawatan," *Jurnal Ilmiah Keperawatan IMELDA* 9, no. 1 (2023): 63, <https://doi.org/10.52943/jikeperawatan.v9i1.1201>.

⁴ Muslimin Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial," *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan* 3, no. 1 (2019): 63.

⁵ Wildan Mochamad Sepdiansyah, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Layanan Informasi Pemerintahan Pada Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kabupaten Bandung Barat" (Institut Pemerintahan Dalam Negeri Cimahi, 2022), 2, <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/9128>.

Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media edukasi kesehatan mental dengan pendekatan Islam sangat baik untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai kesehatan mental berdasarkan konteks agama Islam. Konten-konten Islami yang disajikan di media sosial dapat memperkuat spiritual seseorang yang sedang memiliki masalah mental. Pendekatan Islami menjadi sarana efektif untuk memberikan kesadaran dan pemahaman mengenai kesehatan mental dengan menekankan pada nilai dan prinsip Islam.

Upaya tersebut dapat dilakukan dengan promosi kesehatan jiwa, misalnya di Indonesia memiliki berbagai *platform* Instagram yang mengedukasikan tentang kesehatan mental. Akun @putrilogi merupakan salah satu akun Instagram yang mengedukasi tentang kesehatan mental berbasis Islami. @putrilogi merupakan akun Instagram milik Putri Rizki Amelia seorang konten kreator. @putrilogi memperkenalkan konsep-konsep kesehatan mental tanpa mengesampingkan nilai-nilai Islam. Putri Rizki Amelia juga merupakan seorang survivor depresi atau bisa disebut sebagai orang yang pernah bertahan saat dirinya terkena depresi. Akun Instagram ini memiliki 19 ribu pengikut terhitung sejak 02 Mei 2024 dan 348 postingan. Akun @putrilogi aktif dalam mengedukasi pengikutnya tentang kesehatan mental di Instagram. Putri menggunakan akun Instagram-nya sebagai media penyampaian pesan kesehatan mental sejak tahun 2022.

Strategi komunikasi memiliki peranan yang penting dalam penyampaian suatu pesan dan sebagai dasar pengembangan media dengan melakukan perencanaan. Strategi komunikasi memiliki peranan perencanaan yang efektif untuk menyampaikan sebuah pesan dari komunikator agar dipahami oleh komunikan dalam proses penyampaian pesan yang tujuannya untuk mengubah perilaku atau sikap seseorang. Berdasarkan pengertian tersebut akun @putrilogi sebagai media dakwah melakukan sosialisasi edukasi kesehatan mental Islami dengan menggunakan Instagram sebagai sarana penyebaran pesan dakwah.

Penelitian ini akan membahas tentang strategi komunikasi @putrilogi dalam mengedukasi pengikutnya. Penelitian ini menggunakan akun @putrilogi sebagai sumber utama penelitian dengan metode kualitatif deskriptif dan dengan teori komunikasi persuasif. Merujuk pada fenomena yang telah disebutkan peneliti berharap dengan penelitian yang dilakukan dapat mengedukasi masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan mental dengan perspektif agama Islam. Dalam konteks ini seseorang dapat menjaga kesehatan mental dengan senantiasa mengingat Allah, bersyukur, beribadah, dzikir dll. Merujuk pada fenomena yang telah disebutkan maka penulis tertarik melakukan penulisan dengan judul: “Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram @putrilogi dalam Menambah Pemahaman Literasi Kesehatan Mental *Followers*”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah ;

1. Bagaimana strategi komunikasi persuasif pada akun Instagram @putrilogi?
2. Bagaimana hambatan yang dihadapi oleh akun @putrilogi dalam strategi komunikasi persuasif yang dilakukan?
3. Bagaimana tingkat literasi kesehatan mental *followers* @putrilogi?

C. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah ;

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif pada akun Instagram @putrilogi.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh akun @putrilogi dalam strategi komunikasi persuasifnya.
3. Untuk mengetahui tingkat pemahaman literasi kesehatan mental *followers* @putrilogi.

D. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini memiliki dua aspek ;

1. Secara Teoritis

Dapat memperluas wawasan mengenai Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam bagi para pelaku akademik dilingkungan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, terutama dalam konteks pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah kesehatan mental.

2. Secara Praktis

Memberi inspirasi bagi penulis sendiri maupun para pelaku dakwah terutama da'i untuk memperbanyak aktivitas di ranah dunia maya. Upaya ini dilakukan untuk menyebarkan nilai-nilai kesehatan mental menurut perspektif agama Islam dengan metode serta cara yang efektif sehingga mampu menciptakan pengaruh positif di tengah kompleksitas dunia digital.

E. Tinjauan Pustaka

1. Strategi Komunikasi Dakwah

a. Pengertian

Strategi dakwah merupakan perencanaan yang mencakup kumpulan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Menurut Al-Bayanuni strategi dakwah adalah rencana dakwah yang disusun untuk tujuan dakwah.⁶ Beberapa hal yang harus diperhatikan adalah strategi hanya terlibat dalam proses perencanaan, bukan tahap tindakan, di mana strategi dirancang untuk mencapai tujuan tertentu.

Hal-hal berikut harus diperhatikan untuk membuat strategi yang efektif:

- 1) Kekuatan (*Strength*), mengacu pada kekuatan yang dimiliki, yang biasanya dikaitkan dengan manusianya.

⁶ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 49–50.

- 2) Kelemahan (*Weakness*), memeriksa kelemahan yang dimiliki, yang menyangkut aspek sebagaimana dimiliki kekuatan.
- 3) Peluang (*Opportunity*), melihat peluang-peluang yang tersedia, sehingga dapat menerobos peluang yang kecil sekalipun.
- 4) Ancaman (*Threats*), memeriksa kemungkinan ancaman yang akan dihadapi.⁷

b. Unsur-Unsur

Unsur-unsur strategi dakwah ada tiga, yakni:

1) Perumusan Strategi

Teknik-teknik perumusan strategi:

a) Tahap Masukan

Mengumpulkan informasi secara ringkas sebagai masukan awal, yang merupakan dasar yang diperlukan untuk membuat strategi.

b) Tahap Pencocokan

Memberikan perhatian pada pendekatan alternatif yang sesuai dengan cara menggabungkan elemen internal dan eksternal. Contohnya menentukan metode yang akan digunakan.

c) Tahap Keputusan

Setelah memperoleh input yang dimaksud, proses ini dilakukan menggunakan berbagai metode. Hal ini

⁷ Rafi'udin, *Prinsip Dan Strategi Dakwah* (Bandung: Pustaka Stia, 2004), 76.

dilakukan untuk mengevaluasi opsi alternatif yang ditemukan dalam tahap kedua.

2) Implementasi Strategi

Implementasi berarti proses mobilisasi untuk menerapkan strategi yang telah dibuat untuk dilakukan ke dalam sebuah tindakan. Memanfaatkan sistem informasi dan menciptakan struktur yang efektif merupakan beberapa kegiatan yang termasuk dalam implementasi strategi.

3) Evaluasi Strategi

Proses perbandingan hasil yang diperoleh dari strategi yang dilakukan dengan pencapaian tujuan, tahap akhir ini disebut dengan evaluasi. Cara-cara mengevaluasi strategi adalah sebagai berikut:

- a) Meninjau faktor internal serta eksternal.
- b) Membandingkan hasil dengan kenyataan.
- c) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan prestasi yang diinginkan sudah sesuai dengan apa yang direncanakan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi

Strategi dakwah harus memperhatikan faktor-faktor berikut:

1) Lingkungan

Kondisi lingkungan pasti akan mengalami perubahan yang akan berpengaruh pada proses kehidupan manusia seperti

kebutuhan, tingkah laku, cara berfikir, pandangan hidup dan yang lainnya.

2) Lingkungan Organisasi

Faktor ini meliputi segala sumber daya mulai dari pimpinan hingga anggota beserta tuntutan pekerjaan yang akan dilakukan.

3) Kepemimpinan

Pemimpin adalah orang tertinggi pada sebuah organisasi dalam pengambilan keputusan. Setiap pemimpin harus bisa menilai perkembangan baik internal maupun eksternal.

2. Dakwah

a. Pengertian

Asal kata dakwah yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang artinya mengajak, atau memanggil. Pengertian dakwah adalah mengajak seseorang baik secara lisan, tulisan, maupun tingkah laku untuk mengikuti pedoman hidup sesuai ajaran Allah SWT yang berbentuk *amar ma'ruf nahi munkar* yaitu mengajak kepada hal-hal yang baik dan mencegah hal-hal yang mungkar.

b. Tujuan Berdakwah

Tujuan merupakan hasil akhir yang diinginkan. Menurut Basyuni, tujuan dakwah diuraikan menjadi tiga yaitu:

1) Kembali pada Allah SWT

Tujuan dakwah yang pertama yaitu mengenalkan para manusia kepada Allah SWT. Menjelaskan hak dan kewajiban manusia kepada Tuhannya.

2) Menyebarkan Kebaikan

Dakwah bertujuan untuk menyebarkan kebajikan dan mencegah kemungkaran.

3) Merekatkan Persatuan

Manusia didunia ini diciptakan dengan keberagaman dari jenis kelamin hingga suku budaya, Allah menghendaki terciptanya keharmonisan lewat sikap saling mengerti dan menghargai.⁸

c. Metode Dakwah

Metode atau biasa diartikan sebagai cara adalah istilah yang diterjemahkan sebagai kata dari Bahasa Yunani “methodos”.

Metode dapat dijelaskan sebagai cara atau langkah-langkah untuk mengembangkan pengetahuan suatu bidang. Menurut Surat An-Nahl : 125, metode dakwah dibagi menjadi tiga, yaitu ;

- 1) Metode hikmah adalah memahami situasi serta kondisi mad'u beserta pembatasan yang dijelaskan setiap kali pelaksanaan dakwah.

⁸ Daniel Rusyad, *Ilmu Dakwah : Suatu Pengantar* (Bandung: abQarie Press, 2020), 11–14.

- 2) Metode *maw'izhoh hasanah* atau nasihat yang baik adalah berdakwah dengan lembut dan menmbus hati manusia dan bukan menggunakan kekerasan dan bentakan.
- 3) Metode dakwah debat melalui cara yang baik atau *yujadilu billati hiya ahsan* yaitu dakwah menggunakan debat yang bertujuan menyadarkan dn menyampaikan kebenaran bukan untuk mengalahkan orang lain.⁹

d. Materi Dakwah

Materi dakwah juga dikenal sebagai *maddah* adalah konten atau pesan dakwah yang disampaikan kepada mad'u diantaranya:

1) Materi Aqidah

Materi yang pertama kali diajarkan dalam berdakwah yaitu aqidah atau ajaran tentang keimanan. Aqidah adalah dasar-dasar keyakinan yang didalamnya meliputi rukun iman yang harus diimani.

2) Materi Syari'ah

Aturan yang ditetapkan oleh Allah untuk hamba-Nya untuk memberikan pedoman dan ketentuan yang berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan keagamaan.

⁹ Nihayatul Husna, "METODE DAKWAH ISLAM DALAM PERSPEKTIF AL- QUR ' AN" 1, no. 1 (2021): 101-2.

3) Materi Akhlaq

Materi mengenai akhlak ini difokuskan pada kemampuan untuk menilai antara yang baik dan buruk, melibatkan akal pikiran dan keberanian hati.

e. Media Dakwah

Kata “media” berasal dari kata latin “median” yang berarti “alat perantara”.¹⁰ Media diartikan sebagai media untuk menyampaikan pesan yang berasal dari komunikator ke komunikan dalam ilmu komunikasi. Media dakwah digunakan untuk menyampaikan dakwah kepada mad’u diantaranya melalui media audio (media dakwah melalui indera pendengaran), media visual (dakwah melalui indera penglihatan), media audiovisual (media dakwah melalui indera pendengar dan penglihatan), dan dakwah melalui media massa.

Buku yang didedikasikan Asmuri Syukir mengemukakan dakwah merupakan sarana untuk mencapai tujuan dakwah. Beliau Wardi Bachtiar juga mengungkapkan bahawa dakwah adalah alat yang dapat dipergunakan dalam memaparkan materi dakwah. Perlu diketahui juga, dalam penyampaian dakwah harus selektif agar dapat sampai ke mad’u. Oleh karena itu, sekarang banyak tren-tren penyampaian dakwah melalui kekreatifan seseorang melalui media

¹⁰ Aminudin, “Media Dakwah,” *Al-Munzir* 9, no. 2 (2018): 345.

yang sudah tersedia. Dalam pemilihan media, da'i harus memperhatikan beberapa hal berikut;¹¹

- a. Agar tujuan dakwah dapat sampai ke pada pendengar.
- b. Pemilihan media yang sesuai tema dakwah.
- c. Memahami bahwa setiap media memiliki karakteristik yang berbeda.
- d. Memilih media yang tepat untuk menyampaikan materi.
- e. Pertimbangan efisiensi dan efektivitas.

Aktifitas dakwah melalui media sosial saat ini sangat pesat pergerakannya, dan menjadi budaya baru. Penggunaan media dakwah dinilai efektif ditinjau dari beberapa media yang sudah berjalan secara pesat dan berhasil memberikan pandangan terhadap masyarakat digital secara menyeluruh. Melihat keefektifan dakwah melalui media memberikan para da'i bahkan para ahli berbondong-bondong berdakwah melalui media sosial.

3. Instagram

Instagram merupakan aplikasi untuk membagikan video dan foto serta media yang memberikan penggunanya untuk melakukan percakapan secara interaktif, serta dapat menjadikan penggunanya dalam menyampaikan pesan ataupun *branding* secara menyeluruh terhadap pengguna yang lain.¹²

¹¹ Aminudin, 348.

¹² Faridah Faridah and Muhammad Yusuf, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Kaum Milenial," *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2022): 139.

Instagram memiliki beberapa fitur diantaranya:

a. Halaman Utama

Fitur halaman utama atau *home page* menampilkan postingan dari pengguna yang telah kita ikuti. Dengan menggeser layar dari bawah ke atas, kita dapat melihat postingan.

b. Komentar

Instagram sebagai aplikasi berjejaring sosial yang tentu saja menyediakan fitur *comments* atau komentar. Postingan yang ada di Instagram dapat dikomentari melalui kolom berbentuk balon yang berada dibawah postingan. Di kolom ini kita dapat menyampaikan pesan dan kesan terhadap postingan pengguna lain.

c. *Explore*

Fitur ini menampilkan foto populer yang ada di Instagram karena disukai oleh banyak pengguna Instagram. Fitur ini juga menampilkan postingan-postungan yang kita sukai, hal ini terjadi karena Instagram menggunakan algoritma rahasia.

d. Profil

Fitur ini menampilkan informasi detail pengguna, baik sesama pengguna maupun pengguna itu sendiri. Fitur profil menampilkan jumlah pengikut dan yang diikuti serta foto atau video yang telah diposting.

e. Posting Foto & Video

Pengguna dapat memilih foto atau video dalam fitur ini pada galeri *handphone*, pengguna juga dapat menggunakan kamera yang berada di fitur ini. Pengguna juga dapat mengeditnya dengan filter yang disediakan.

f. Fitur Cerita/*Stories*

Fitur *stories* memungkinkan kita untuk mengunggah foto dan video yang dibagikan kepada pengguna lain selama 24 jam. Pada fitur ini kita dapat mengunggah foto/video yang berada di galeri dan juga bisa langsung melalui kamera yang disediakan. Terdapat banyak fitur seperti menambahkan teks, *face filter*, boomerang, *live*, *polling*, dan juga *layout*.

g. Judul

Caption atau judul merupakan keterangan pada foto dan video yang diposting.

h. *Hashtag*

Fitur dengan tanda pagar (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan postingan tertentu sesuai dengan *hashtag* yang ditulis.

i. *Like*

Dengan fitur ini pengguna dapat menyukai postingan dan *story* yang dibagikan oleh pengguna lain. Caranya dengan

menekan dua kali postingan atau dengan menekan tombol *love* yang berada di bawah postingan.

j. *Direct Massage* (DM)

Fitur ini memungkinkan para pengguna mengirimkan pesan, foto, video dll kepada pengguna lain.

4. *Followers Instagram*

a. Pengertian

Pengikut atau *followers* Instagram adalah seseorang atau akun lain yang memilih untuk mengikuti dan menerima pembaruan dari akun yang ada di *platform* media sosial Instagram. Pengikut akan melihat postingan akun yang diikuti di halaman utama dan dapat berinteraksi dengan konten yang dibagikan dengan cara menyukai, mengomentari, dan berbagi.

b. Jenis

Pengikut Instagram berasal dari berbagai kalangan dan latar belakang, umumnya yang menjadi *followers* Instagram adalah:

- 1) Teman/Keluarga, banyak akun Instagram yang memiliki *followers* dari lingkungan sosial mereka sendiri.
- 2) Penggemar Tokoh Terkenal dan *Influencer*, biasanya mereka ingin mengikuti perkembangan terbaru dari idola mereka dan tertarik dengan gaya hidup yang ditampilkan.
- 3) Komunitas Minat, pengguna Instagram juga sering menjadi *followers* dari berbagai minat atau hobi yang sama. Misalnya

pecinta travelling akan mengikuti akun tentang destinasi wisata.

- 4) Pelanggan dan Klien, biasanya *followers* mengikuti sebuah akun untuk mendapatkan pembaruan produk atau layanan yang mereka gunakan.
- 5) Pengguna dengan Kesamaan Demografis, seseorang seringkali menjadi *followers* dari akun yang memiliki kesamaan demografis seperti usia, jenis kelamin, atau lokasi geografis.
- 6) Pengikut Pemerintah atau Lembaga, pengguna yang tertarik dengan kebijakan publik, berita, atau layanan dari pemerintahan.
- 7) Pengguna Acak, beberapa pengguna mungkin menjadi *followers* akun karena tertarik dengan konten yang diunggah tanpa pertimbangan khusus.

c. Faktor Seseorang Mengikuti Sebuah Akun Instagram

Ada beberapa motivasi yang mendorong seseorang untuk mengikuti sebuah akun Instagram antara lain:

- 1) Konten yang Menarik, pengguna Instagram seringkali mengikuti akun yang memiliki konten menarik dan menghibur. Seperti foto-foto kreatif, video lucu maupun informasi yang bermanfaat.
- 2) Inspirasi dan Motivasi, banyak orang yang mengikuti akun yang membagikan inspirasi, motivasi, dan pengalaman positif.

Biasanya berupa akun tokoh inspiratif, motivator, atau akun yang memiliki kisah-kisah keberhasilan.

- 3) Hobi dan Minat, pengguna Instagram seringkali mengikuti akun yang berkaitan dengan hobi mereka.
- 4) Koneksi Sosial, pengguna mengikuti akun teman, keluarga, rekan kerja untuk tetap terhubung dan memperoleh pembaruan tentang kehidupan mereka.
- 5) *Update* dari Figur Publik, banyak orang mengikuti akun figur publik untuk mendapatkan pembaruan tentang kehidupan pribadi dan profesional mereka.
- 6) Pengetahuan dan Informasi, pengguna mengikuti akun yang berbagi informasi dan pengetahuan dalam bidang tertentu.
- 7) Keterlibatan dan Interaksi, seseorang mengikuti akun yang aktif berinteraksi dengan pengikutnya.
- 8) Rekomendasi, beberapa pengguna Instagram mungkin mengikuti sebuah akun karena direkomendasikan oleh teman atau akun lain yang mereka ikuti.

Setiap individu memiliki motivasi yang berbeda untuk mengikuti sebuah akun di *Instagram* dan seringkali motivasi tersebut merupakan kombinasi dari beberapa faktor diatas.¹³

¹³ M.Eng. Dian Prajarini, S.T., *Media Sosial Periklanan Instagram* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 7–15.

5. Literasi Kesehatan Mental

Literasi kesehatan mental adalah pengetahuan dan kesadaran kesehatan jiwa. Peningkatan pengetahuan umum tentang pentingnya kesehatan mental akan berdampak pada hal-hal berikut:

- 1) Pengetahuan mengenai cara mencegah gangguan mental.
- 2) Pengetahuan mengenai jenis gangguan mental yang umum.
- 3) Pengetahuan mengenai cara mencari pertolongan dan perawatan yang tersedia.
- 4) Pengetahuan mengenai teknik pertolongan mandiri yang efektif untuk masalah ringan.
- 5) Keterampilan pertolongan pertama untuk membantu orang lain yang mengalami gangguan mental atau krisis kesehatan mental.¹⁴

Menurut Islam, bukan hanya kesehatan fisik yang penting, tetapi juga kesehatan mental. Kehidupan setiap orang memiliki fasenya sendiri. Seseorang harus dapat mengendalikan pikiran, emosi, dan hatinya saat menghadapi cobaan yang menimpa kehidupan. Jika tidak dapat mengendalikan setiap musibah dan cobaan yang datang, kesehatan mentalnya akan terganggu. Kesehatan mental dianggap sangat penting dalam Islam dan dianggap sebagai komponen penting dari kesejahteraan manusia secara keseluruhan. Berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pedoman hidup untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, kesehatan mental dari perspektif Islam didefinisikan

¹⁴ S.KM Noerul Ikmal, "Literasi Kesehatan Mental Dan Dampaknya Pada Kesehatan Jiwa Masyarakat," 2022, https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1510/literasi-kesehatan-mental-dan-dampaknya-pada-kesehatan-jiwa-masyarakat. Diakses pada 31 Maret 2024

sebagai kemampuan seseorang untuk mengelola fungsi-fungsi kejiwaan dan membuat penyesuaian dinamis dengan diri sendiri, orang lain, dan lingkungannya.

6. Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Rokeach

Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Rokeach berpendapat bahwa kata-kata dapat diubah untuk menghasilkan makna baru. Karena makna tidak hanya dibentuk dan diciptakan dengan satu cara, pemikiran ini relevan dengan situasi saat ini. Pemahaman manusia tentang makna yang diharapkan dapat ditingkatkan melalui penggunaan simbol dalam bentuk bahasa dan kata. Teori ini dibagi menjadi tiga strategi yaitu:

a. Psikodinamika

Perspektif psikodinamika adalah pendekatan teoritis yang menekankan faktor-faktor yang tidak diketahui yang memengaruhi perilaku. Karena sikap manusia kompleks terdiri dari komponen biologis, emosional, dan kognitif, psikodinamika menekankan aspek internal seseorang. Strategi ini menunjukkan bagaimana sifat individual manusia menyebabkan perubahan pandangan.

b. Sosiokultural

Salah satu asumsi utama dari strategi sosiokultural adalah bahwa kekuatan eksternal memengaruhi perilaku manusia. Orang lain dalam lingkungan sosial atau masyarakat mereka

memengaruhi perilaku seseorang. Selain itu, para ahli berpendapat bahwa, alih-alih disebabkan oleh keinginan pribadi, perubahan pendapat seseorang dipengaruhi oleh masyarakat atau lingkungannya.

c. *The Meaning of Construction*

Pada dasarnya, strategi ini berkonsentrasi pada permainan kata. Bahasa diubah untuk menyampaikan kata-kata persuasi agar menarik perhatian persuadee. Persuadee awalnya tidak memperhatikan isi dan pesan persuader namun karena permainan kata, akhirnya persuadee memperhatikan.¹⁵

F. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

1. Skripsi Darsam tahun 2019 yang berjudul Penggunaan Instagram sebagai Tren Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters) dengan objek penelitian akun Instagram @taubatters. Latar belakang masalah dari penelitian ini yaitu seiring perkembangan zaman, teknologi digital semakin berkembang pesat. Seorang muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah. Di era perkembangan teknologi dakwah bukan hanya tatap muka melalui majelis-majelis keagamaan namun di era para da'i dituntut untuk sesuai dengan evolusi zaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah serta strategi dakwah melalui akun

¹⁵ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan Dan Strategi* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2019), 290–293.

@taubatters sebagai platform media dakwah yang populer. Penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Hasilnya adalah bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @taubatters tetap berada pada kerangka aqidah, syari'ah, dan akhlak. Akun tersebut membagi strategi dakwahnya menjadi tiga tahap: perumusan, implementasi, dan evaluasi kemudian setelah tahapan tersebut melakukan peninjauan apakah yang dilakukan sudah sesuai visi dan misi atau belum.¹⁶

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keduanya membahas tentang strategi komunikasi. Sedangkam perbedaannya terletak pada, membahas tentang akun @taubatters dalam strategi berdakwah di media sosial Instagram sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang strategi komunikasi akun Instagram @putrilogi dalam mengedukasi pengikutnya tentang kesehatan mental.

2. Selanjutnya, penelitian tahun 2023 oleh Haifa Zahra Amalia yang berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram Bincang Jiwa dalam Meningkatkan Pengetahuan Kesehatan Mental Followers. Objek penelitian ini adalah tingginya kasus gangguan mental di Indonesia serta minimnya edukasi kesehatan mental.

¹⁶ Darsam, "Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters)," *Palopo* (IAIN Palopo, 2019), 1–6.

Latar belakang masalah dari penelitian ini yaitu jumlah kasus gangguan mental yang semakin tinggi tidak sebanding dengan jumlah layanan kesehatan mental yang ada di Indonesia. Melalui keterbatasan tersebut Indonesia harus memiliki ide kreatif yang dapat meningkatkan layanan kesehatan mental. Melalui ide tersebut diharapkan dapat menjangkau seluruh elemen masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara terbaik untuk meningkatkan pengetahuan kesehatan mental melalui akun Bincang Jiwa. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode analisis data, yang mencakup reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasilnya adalah strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh Bincang Jiwa adalah strategi komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Melvin DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach dengan menggunakan teknik AIDDA untuk menyusun pesan dan terjadi peningkatan pengetahuan followers sebanyak 75%.¹⁷

Penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan membahas strategi komunikasi akun Instagram yang mengedukasi tentang kesehatan mental. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas strategi komunikasi akun @bincangjiwa sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang strategi komunikasi akun Instagram @putrilogi dalam mengedukasi

¹⁷ Haifa Zahra Amalia, "Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram Bincang Jiwa Dalam Meningkatkan Pengetahuan Kesehatan Mental Followers," *Jakarta* (UIN Syarif Hidayatullah, 2023), 1–7.

pengikutnya tentang kesehatan mental tanpa mengesampingkan nilai-nilai Islam.

3. Penelitian selanjutnya yaitu penelitian pada 2023 oleh Fauqi Hasnan dengan judul Strategi Dakwah Akun Instagram @asadedelloh dalam Meningkatkan Akidah *Followers*. Objek dari penelitian ini yaitu peningkatan akidah *followers* @asadedulloh. Latar belakang masalah dari penelitian ini adalah sekarang ini, teknologi informasi dan komunikasi sedang berkembang pesat yang menjadikan seseorang malas keluar rumah karena merasa dapat mengenggam dunia hanya dengan ponsel saja. Dengan adanya hal ini da'i memiliki peluang untuk menyampaikan pesan dakwahnya melalui media sosial. Muhammad Asadulloh memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan pesan-pesan akidah kepada *followers*-nya. Studi ini bertujuan untuk mempelajari metode komunikasi dakwah yang digunakan @asadedulloh untuk meningkatkan aqidah. Penelitian kualitatif deskriptif ini menggabungkan teori strategi dakwah Al-Bayanuni dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian ini adalah bahwa akun @asadedulloh menggunakan strategi Sentimental, Rasional, dan Indrawi dengan pendekatan yang dilakukan adalah *bil-lisan, bil-haal, bil-hikmah*.¹⁸

¹⁸ Fauqi Hasnan, "Strategi Dakwah Akun Instagram @asadedelloh Dalam Meningkatkan Akidah Followers" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), 1–11, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.

Penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan sama-sama membahas tentang strategi komunikasi akun Instagram dalam berdakwah di sosial media Instagram. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas strategi komunikasi akun @asadedulloh dalam meningkatkan akidah *followers*-nya sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang strategi komunikasi dakwah akun Instagram @putrilogi dalam meningkatkan literasi kesehatan mental tanpa mengesampingkan nilai Islam.

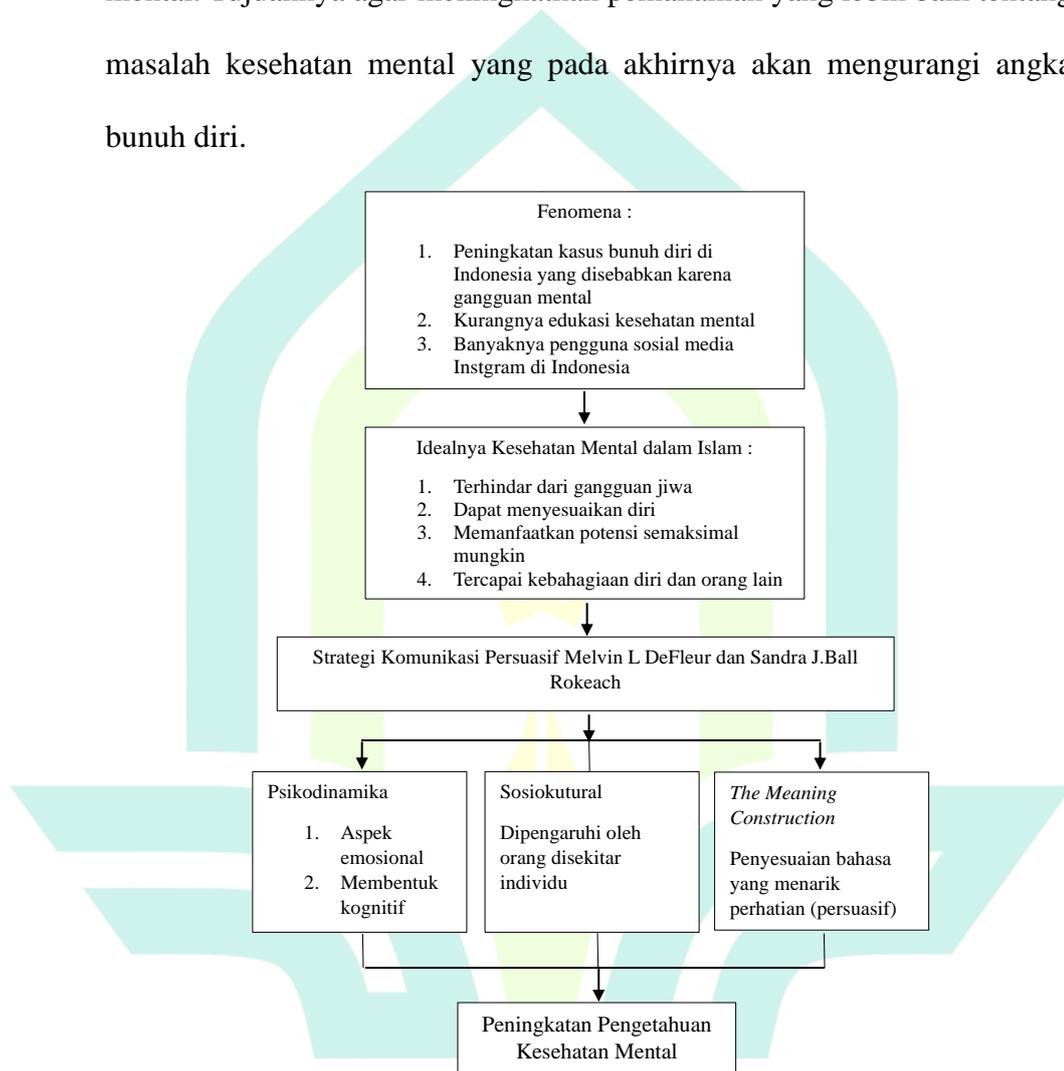
G. Kerangka Berpikir

Maraknya kasus bunuh diri yang terjadi akhir-akhir ini di Indonesia sebagian besar disebabkan karena korbannya mengalami depresi serta rendahnya literasi kesehatan mental di Indonesia masih menjadi tantangan. Idealnya, kesehatan mental menurut perspektif Islam meliputi enam aspek, yaitu: memiliki sikap batin (sikap) yang positif terhadap dirinya sendiri, aktualisasi diri, mampu berintegrasi dengan fungsi-fungsi psikis yang ada, mampu ber-otonom (mandiri), memiliki persepsi yang objektif terhadap realitas, mampu menyelaraskan kondisi lingkungan dengan dirinya sendiri.¹⁹

Penelitian ini akan membahas tentang strategi komunikasi akun Instagram kesehatan mental berbasis Islami. Metode yang akan digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori komunikasi

¹⁹ Ratnawati Ratnawati, "Metode Perawatan Kesehatan Mental Dalam Islam," *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 3, no. 1 (2019): 80, <https://doi.org/10.29240/jbk.v3i1.828>.

persuasif oleh Melvin DeFleur dan Sandra J.Ball yang dibagi menjadi tiga bagian: psikodinamika, faktor sosiokultural dan *the meaning of construction*. Terlebih lagi tingginya pengguna Instagram di Indonesia yang dapat menjadi sarana efektif dalam menyebarkan edukasi kesehatan mental. Tujuannya agar meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah kesehatan mental yang pada akhirnya akan mengurangi angka bunuh diri.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan menggali fenomena yang terkait dengan penggunaan Instagram sebagai tren media dakwah kesehatan mental. Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang menggunakan suatu metode untuk menggambarkan hasil dari penelitian. Tujuan dari metode ini yaitu untuk menyajikan hasil penelitian secara deskriptif dengan penjelasan-penjelasan serta validasi dari fenomena yang sedang diteliti.²⁰

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang berarti penelitian yang tidak menggunakan data angka akan tetapi menggunakan makna dari data yang diteliti.²¹ Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang tujuannya untuk menjelaskan suatu fenomena tertentu secara mendalam. Penelitian ini fokus untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi persuasif yang diimplementasikan melalui akun Instagram @putrilogi.

²⁰ M.M. Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., *Metode Penelitian* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 7–8.

²¹ Cosmas Gatot Haryono, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*, ed. Dewi Esti Restiani (Sukabumi: CV Jejak, 2020), 33–34.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek

Subjek penelitian yaitu seseorang yang dapat memberikan informasi tentang hal yang akan diteliti.²² Subjek penelitian adalah akun @putrilogi, yang dapat memberikan informasi mengenai subjek penelitian.

b. Objek

Objek penelitian adalah topik yang akan diamati dan diteliti lebih lanjut.²³ Penelitian ini berfokus pada elemen konten @putrilogi yang mencakup pengikut akun @putrilogi dan metode strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh akun Instagram @putrilogi.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari subjek dan objek penelitian disebut data primer.²⁴ Dalam hal ini peneliti mendapatkan data dari Rizki Amelia Putri dan *followers* @putrilogi.

²² Titi Rokhayani Dani Nur Saputra, Novita Listyaningrum, Yermias J.I. Leuhoe Apriani, Asnah, *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022), 14.

²³ Dani Nur Saputra, Novita Listyaningrum, Yermias J.I. Leuhoe Apriani, Asnah, 14–15.

²⁴ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 60.

b. Data Sekunder

Data yang mendukung data penelitian disebut sumber data sekunder.²⁵ Pengumpulan data didapatkan dari sumber bacaan yang relevan dengan penelitian yaitu mengenai strategi komunikasi media sosial dan komunikasi persuasif.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi atau juga disebut pengamatan adalah tindakan yang memerlukan bantuan panca indera, terutama mata atau penglihatan.²⁶ Jadi, penulis mengamati secara langsung objek yang diteliti. Dalam hal ini, penulis bertindak sebagai pengamat atau observer dalam penelitian ini dan melakukan pengamatan langsung terhadap strategi komunikasi akun Instagram @putrilogi.

b. Wawancara

Salah satu metode pengambilan data adalah wawancara di mana orang yang melakukan wawancara dan sumber informasi melakukan interaksi komunikasi berupa tanya jawab suatu permasalahan atau fenomena. Wawancara dilakukan untuk mengetahui hal secara mendalam atas suatu fenomena.²⁷ Penulis menggunakan metode wawancara terstruktur yang berarti pewawancara telah menyiapkan daftar pertanyaan untuk ditanyakan kepada sumber informasi sebelumnya. Informan yang

²⁵ Nazir, 60.

²⁶ M. Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021, 14.

²⁷ M. Makbul, 10.

dapat memberikan informasi yaitu Putri Rizki Amelia selaku pemilik akun Instagram @putrilogi.

c. Dokumentasi

Mencakup berbagai jenis dokumen, baik dalam bentuk fisik seperti buku, majalah, jurnal, artikel, notulen, laporan, dan catatan, maupun dalam bentuk digital seperti video, foto, gambar, dan lain-lain.²⁸ Berdasarkan pengertian yang telah disebutkan, penulis dapat melakukan pengumpulan data berupa gambar, video, dan tulisan yang berhubungan dengan arah penulisan penelitian. Data yang ingin penulis kumpulkan berupa data profil akun Instagram @putrilogi, pengikut dan pengunjung, serta fitur lainnya.

5. Teknik Analisis Data

Menggunakan model analisis milik Milles & Hubberman, yang mengemukakan bahwa aktifitas yang terjadi dianalisis secara interaktif sampai menghasilkan data yang jenuh.²⁹ Terdapat empat komponen dalam melakukan analisis:

- a. Mencari data dan mengumpulkan data yang akan digunakan untuk tujuan penelitian.
- b. Reduksi data yaitu proses pemilahan data yang terdapat selama peneliti melakukan penelitian. Maksud dari hal tersebut untuk menyederhanakan, merangkum, dan memilih data yang muncul

²⁸ Eko Haryono, "Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam," *An-Nuur* 13, no. 2 (2023): 4.

²⁹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cita, 2008), 209.

pada saat dilapangan sehingga mempermudah dalam pengumpulan data berikutnya.

- c. Penyajian data yaitu dilakukannya pengelompokan data setelah mendapatkan rangkuman data. Tujuannya agar hasil reduksi terorganisir dan tersusun dalam pola yang sudah ditetapkan sehingga mudah dipahami dan dapat disimpulkan sebagai informasi yang memiliki makna tertentu.
- d. Kesimpulan atau verifikasi yaitu sebuah rangkaian yang sistematis dari mulai berlangsungnya proses awal sampai selesainya pelaksanaan penelitian. Validasinya juga harus terjamin agar setelah diuji kebenarannya akan menghasilkan data yang sesuai.

I. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, tinjauan pustaka, metode penelitian, kerangka berpikir atau kerangka penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

Bab selanjutnya berisi landasan teori, berisi teori strategi, teori Teknik komunikasi, teori komunikasi persuasif, Instagram, dan literasi kesehatan mental menurut perspektif Islam.

BAB III : GAMBARAN UMUM

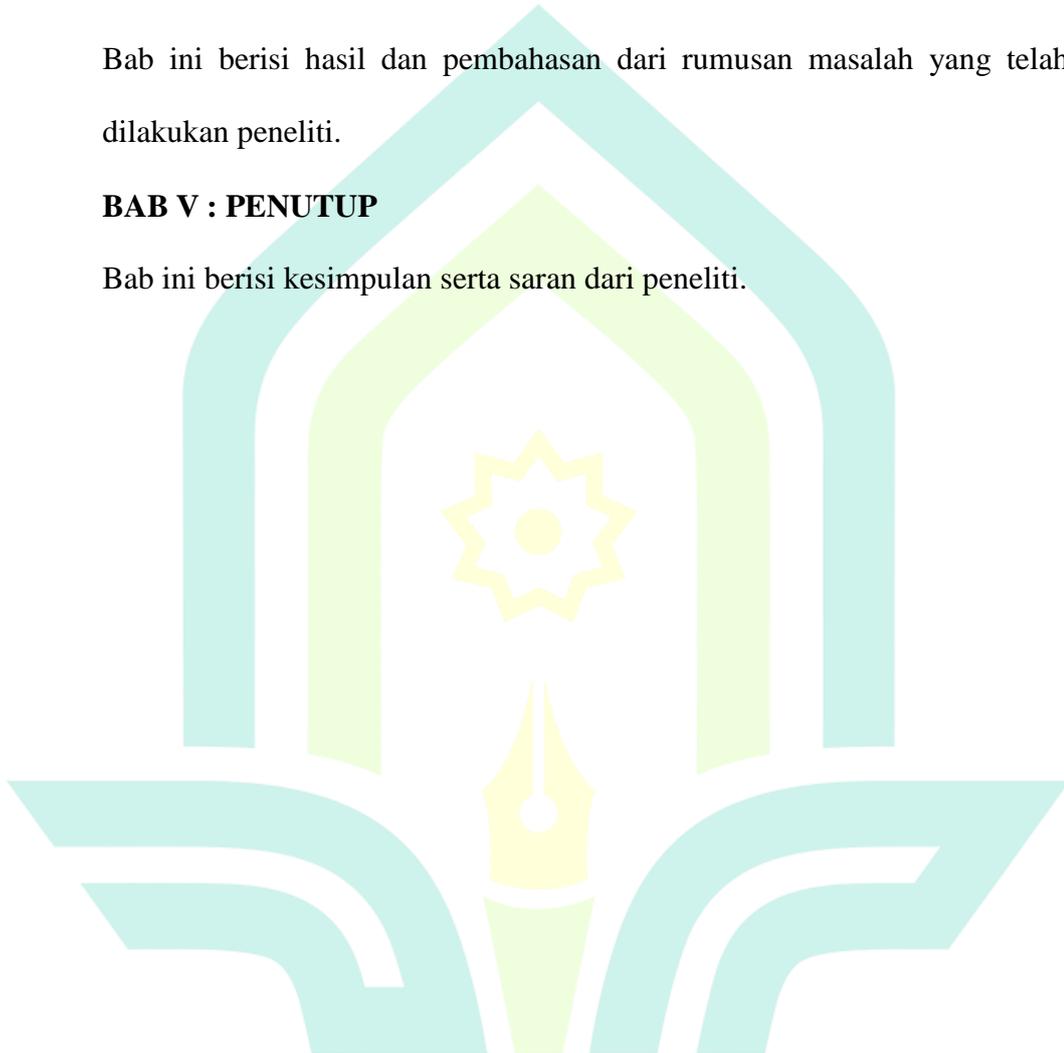
Bab ini berisi gambaran umum akun Instagram @putrilogi beserta hasil dari riset yang telah dilakukan menggunakan teori komunikasi persuasif Melvin DeFluer dan Sandra J-Ball Rokeach.

BAB IV : ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan dari rumusan masalah yang telah dilakukan peneliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan serta saran dari peneliti.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan, analisis, dan pembahasan yang dilakukan bisa disimpulkan bahwa akun Instagram @putrilogi menggunakan strategi dengan konsep komunikasi persuasif Melvin L.DeFleur dan Sandra Ball Rokeach dalam rangka meningkatkan literasi kesehatan mental *followers* tanpa mengesampingkan nilai-nilai Islam di dalamnya. Selain itu juga menggunakan teknik tataan, *one side issue*, dan *two side issue*. Hambatan yang dialami akun @putrilogi dalam mempersuasi pengikutnya adalah faktor motivasi dan *noise factor*.

1. Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L.DeFleur dan Sandra Ball Rokeach

a. Strategi Psikodinamika

Akun @putrilogi menggunakan pendekatan ini untuk meningkatkan literasi kesehatan mental pengikutnya dengan konten menarik dan informatif. Akun @putrilogi menciptakan koneksi emosional melalui desain grafis sederhana, bahasa yang mudah dipahami, dan konten audio visual. Setelah menyentuh aspek emosional, ia mempengaruhi kognitif pengikut, mendorong perubahan perilaku positif.

b. Strategi Sosiokultural

Puput menerapkan pendekatan sosiokultural di akun Instagram @putrilogi dengan memanfaatkan teman, keluarga, dan lingkungan sosial untuk mengubah perilaku individu. Ia membagikan konten edukatif dengan bahasa sederhana untuk menciptakan interaksi yang baik. Melalui interaksi di DM dan komentar, Puput mendorong keterlibatan aktif pengikutnya, membangun komunitas di mana mereka merasa didengar dan dihargai. Ini memperkuat ikatan dan meningkatkan motivasi pengikut untuk menerapkan saran yang diberikan.

c. Strategi *The Meaning of Construction*

Akun Instagram @putrilogi, menerapkan strategi ini dengan memanipulasi makna untuk memudahkan pemahaman pengikutnya. Ia menggunakan perumpamaan dan analogi yang relevan serta jelas untuk menyederhanakan konsep abstrak agar lebih mudah dipahami dan diingat.

Teknik Penyusunan Pesan Persuasif

a. Teknik Tataan

Teknik tataan digunakan untuk penyusunan informasi agar enak didengar, dibaca, dan dilihat untuk mempengaruhi persepsi dan respons audiens. Contohnya, dalam konten reels @putrilogi berjudul “Islami Tapi Gak Punya Empati?”, Puput menggunakan intonasi, gestur tubuh, dan mimik muka yang ekspresif.

b. Teknik *One Side Issue*

Akun Instagram @putrilogi menggunakan teknik one side issue dalam komunikasi persuasif, yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan dari sesuatu. Teknik ini memberi tekanan pada apakah yang disampaikan mengandung kebaikan atau keburukan. Contohnya, pada konten "Ramadhan: Belajar Memahami Proses Healing", @putrilogi menonjolkan sisi baik dari memahami proses, menekankan bahwa keinginan tidak bisa diperoleh secara instan.

c. Teknik *Two Side Issue*

Akun @putrilogi menggunakan teknik *two side issue* dalam konten "10 Tahun Berdamai Dengan Insecure". Teknik ini menyajikan dua sisi dari suatu isu untuk memberikan pandangan yang seimbang kepada audiens.

2. Hambatan Komunikasi Persuasif @putrilogi dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan *Followers*

Hambatan komunikasi persuasif yang dialami Puput hanya ada dua yaitu hambatan motivasi dan *noise factor*. Hambatan motivasi dialami oleh Puput lebih pada faktor internal seperti konsistensi dan prioritas. Kurangnya konsistensi dan prioritas dalam pembuatan konten, meskipun skrip dan foto sudah siap. Hambatan *noise factor* yang dialami Puput adalah tidak adanya peredam suara atau ruangan kedap suara, serta tetangga yang sering membuat kebisingan. Kondisi ini membuat rencana syuting sering tertunda.

3. Peningkatan Literasi Kesehatan Mental *followers* @putrilogi

Berdasarkan survei terhadap 45 pengikut @putrilogi tingkat pemahaman literasi kesehatan mental *followers* @putrilogi menunjukkan angka 97,8%. Ini menunjukkan bahwa konten @putrilogi efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan serta menciptakan komunitas yang mendukung terkait kesehatan mental.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Saran Praktis

- a. Mempertahankan konsistensi dalam posting di akun Instagram @putrilogi. Dengan tetap merilis konten secara teratur, seperti quotes inspiratif, tips motivasi, dan cerita yang menginspirasi dan lebih sering menyelipkan nilai-nilai Islam dalam konten, dengan ini dapat mempertahankan minat dan antusiasme pengikut.
- b. Mempertimbangkan penggunaan font judul yang lebih mudah terbaca, terutama saat dilihat dari jarak jauh. Namun, konten yang dibagikan tetap menarik dan bermanfaat.

2. Saran Akademis

Untuk penelitian mendatang, akademisi disarankan fokus pada strategi komunikasi akun Instagram. Analisis konten, interaksi pengikut, dan evaluasi pesan sangatlah penting. Survei dan wawancara

langsung memberikan pemahaman yang mendalam. Eksperimen dan kolaborasi dengan praktisi media sosial serta kesehatan mental akan membantu mengembangkan strategi yang efektif. Hasilnya dapat digunakan untuk program edukasi lebih lanjut.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Haifa Zahra. “Strategi Komunikasi Persuasif Akun Instagram Bincang Jiwa Dalam Meningkatkan Pengetahuan Kesehatan Mental Followers.” *Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah, 2023.
- Aminudin. “Media Dakwah.” *Al-Munzir* 9, no. 2 (2018): 344–63.
- Ariadi, Purmansyah. “Kesehatan Mental Dalam Perspektif Islam.” *Syifa’ MEDIKA: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan* 3, no. 2 (2019): 118. <https://doi.org/10.32502/sm.v3i2.1433>.
- Arif, Ahmad. “Krisis Kesehatan Mental Melonjak Di Kalangan Remaja,” 2023. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/05/03/krisis-kesehatan-mental-melonjak-di-kalangan-remaja>.
- Aziz, M. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Clara Sari, Astari. “Komunikasi Dan Media Sosial,” no. December (2018).
- Dani Nur Saputra, Novita Listyaningrum, Yermias J.I. Leuhoe Apriani, Asnah, Titi Rokhayani. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022.
- Daniel Rusyad. *Ilmu Dakwah : Suatu Pengantar*. Bandung: abQarie Press, 2020.
- Darsam. “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters).” *Palopo*. IAIN Palopo, 2019.
- Dian Prajarini, S.T., M.Eng. *Media Sosial Periklanan Instagam*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M.M. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Dra. Zuwirna, M.Pd., Ph.D. *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media, 2020.
- Eko Haryono. “Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan

Islam.” *An-Nuur* 13, no. 2 (2023).

Ermairiel Salim. “Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Panti Asuhan Al Akbar Pekanbaru.” *Jurnal Sosio-Komunika* 1, no. 1 (2022): 107–15.
<https://doi.org/10.57036/jsk.v1i1.16>.

Ezi Hendri, M.Si. *Komunikasi Persuasif: Pendekatan Dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2019.

Faridah, Faridah, and Muhammad Yusuf. “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Kaum Milenial.” *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2022): 138–50.

Grace, Sarah Bryna, Ade Gandha, and Kurnia Tandra. “Komunikasi Efektif Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Mental,” 2020, 191–210.

Haryono, Cosmas Gatot. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Edited by Dewi Esti Restiani. Sukabumi: CV Jejak, 2020.

Hasnan, Fauqi. “Strategi Dakwah Akun Instagram @asadedelloh Dalam Meningkatkan Akidah Followers.” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.

Husin, Alfiansyah. “KOMUNIKASI PERSUASIF (Dakwah Quraish Shihab Dalam Channel Youtube Najwa Shihab).” *Jurnal Kajian Keislaman* v (2022): 46–47.

Husna, Nihayatul. “METODE DAKWAH ISLAM DALAM PERSPEKTIF AL-QUR’AN” 1, no. 1 (2021): 97–105.

Julius, Niko. “Data Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia 2024,” 2024.
<https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.

M. Makbul. “Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian,” 2021.

Masruroh, Lina. *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.

- Muhamad, Nabilah. “Ada 971 Kasus Bunuh Diri Sampai Oktober 2023, Terbanyak Di Jawa Tengah,” 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/18/ada-971-kasus-bunuh-diri-sampai-oktober-2023-terbanyak-di-jawa-tengah>.
- Mutiah, Albar, Fitriyanto. ARafiq. “ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL.” *Global Komunika* 1, no. 1 (2019): 14–24.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Noerul Ikmal, S.KM. “Literasi Kesehatan Mental Dan Dampaknya Pada Kesehatan Jiwa Masyarakat,” 2022. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1510/literasi-kesehatan-mental-dan-dampaknya-pada-kesehatan-jiwa-masyarakat.
- Permana, Andi Fajrin, Akbar Harisa, Indra Gaffar, Marhamah Putri Rahmatullah, Ni Wayan Krisna Yanti, Yodang Yodang, and Syifa Karina Aldawiyah. “Studi Eksplorasi Literasi Kesehatan Mental Pada Mahasiswa Keperawatan.” *Jurnal Ilmiah Keperawatan IMELDA* 9, no. 1 (2023): 62–69. <https://doi.org/10.52943/jikeperawatan.v9i1.1201>.
- Rafi’udin. *Prinsip Dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Stia, 2004.
- Ratnawati, Ratnawati. “Metode Perawatan Kesehatan Mental Dalam Islam.” *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 3, no. 1 (2019): 69. <https://doi.org/10.29240/jbk.v3i1.828>.
- Ritonga, Muslimin. “Komunikasi Dakwah Zaman Milenial.” *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan* 3, no. 1 (2019): 60–77.
- Sepdiansyah, Wildan Mochamad. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Layanan Informasi Pemerintahan Pada Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kabupaten Bandung Barat.” Institut Pemerintahan Dalam Negeri Cimahi, 2022. <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/9128>.

Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah : Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2014.

“Surat Ar-Ra’d,” n.d. <https://quran.kemenag.go.id>.

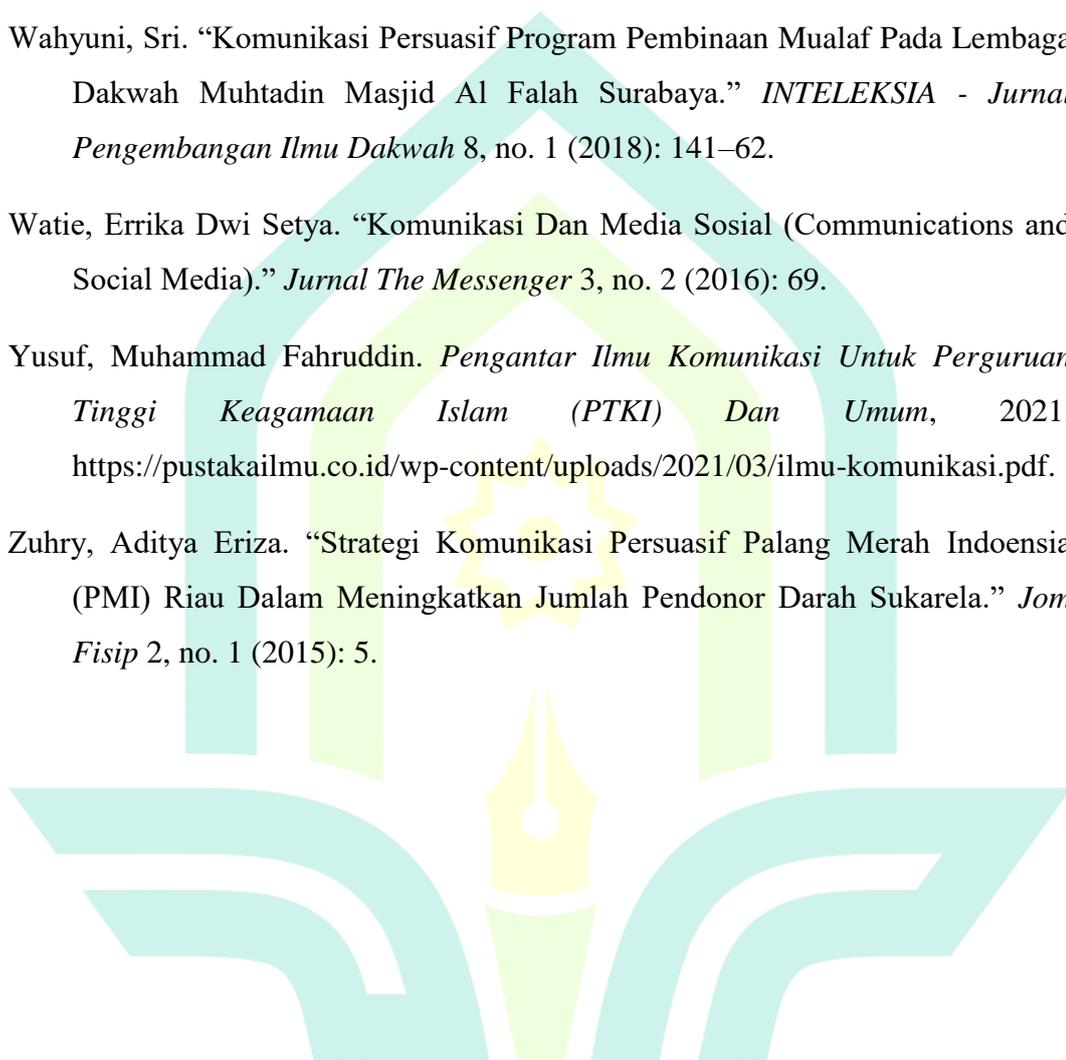
Suwandi, Basrowi dan. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cita, 2008.

Wahyuni, Sri. “Komunikasi Persuasif Program Pembinaan Mualaf Pada Lembaga Dakwah Muhtadin Masjid Al Falah Surabaya.” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 8, no. 1 (2018): 141–62.

Watie, Errika Dwi Setya. “Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media).” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69.

Yusuf, Muhammad Fahrudin. *Pengantar Ilmu Komunikasi Untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) Dan Umum*, 2021. <https://pustakailmu.co.id/wp-content/uploads/2021/03/ilmu-komunikasi.pdf>.

Zuhry, Aditya Eriza. “Strategi Komunikasi Persuasif Palang Merah Indoensia (PMI) Riau Dalam Meningkatkan Jumlah Pendoror Darah Sukarela.” *Jom Fisip* 2, no. 1 (2015): 5.



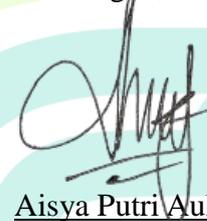
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**IDENTITAS DIRI**

Nama : Aisyah Putri Aulia Rahmawati
Tempat/Tanggal Lahir : Batang, 04 November 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dukuh Tegol Kunci RT.01 RW.05 Desa Kranggan
Kecamatan Terseno Kabupaten Batang
Email : aisyaputriauliarahmawati@mhs.uingusdur.ac.id
Orang Tua : (alm) Ahmad Bakir / Catur Yuliani

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI Muhammadiyah Tanjungsari lulus tahun 2014
2. SMP Muhammadiyah Terseno lulus tahun 2017
3. SMA Muhammadiyah Terseno lulus tahun 2020
4. Tercatat sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2020

Pekalongan, 01 Juni 2024



Aisyah Putri Aulia R.

3420131