

**PENGARUH PESAN PERSUASIF AKUN INSTAGRAM  
@SOCIALCONNECT.ID TERHADAP PENGETAHUAN  
KESEHATAN MENTAL PADA FOLLOWERS**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**VINCYA DIVA WIJAYA**

**00000050739**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**PENGARUH PESAN PERSUASIF AKUN INSTAGRAM  
@SOCIALCONNECT.ID TERHADAP PENGETAHUAN  
KESEHATAN MENTAL PADA FOLLOWERS**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**VINCYA DIVA WIJAYA**

**0000050739**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vincya Diva Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000050739

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PESAN PERSUASIF AKUN INSTAGRAM @SOCIALCONNECT.ID TERHADAP PENGETAHUAN KESEHATAN MENTAL FOLLOWERS**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Vincya Diva Wijaya)

U M M  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH PESAN PERSUASIF AKUN INSTAGRAM @SOCIALCONNECT.ID  
TERHADAP PENGETAHUAN KESEHATAN MENTAL FOLLOWERS**

Oleh

Nama : Vincya Diva Wijaya

NIM : 00000050739

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 14 Juni 2024

Pukul 16.30 s.d 18.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Nathaniel Antonio P, S.Psi. M.I.Kom.  
NIDN 0417108507

Penguji



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom.,  
M.Comm.  
NIDN 0317089201

Pembimbing



Dr. Endah Murwani, M.Si  
NIDN 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.06.28  
10:20:58 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN

### HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vincya Diva Wijaya

NIM : 00000050739

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

#### **PENGARUH PESAN PERSUASIF AKUN INSTAGRAM @SOCIALCONNECT.ID TERHADAP PENGETAHUAN KESEHATAN MENTAL FOLLOWERS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 3 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Vincya Diva Wijaya)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pesan Persuasi pada Akun Instagram @socialconnect.id terhadap Pengetahuan Kesehatan Mental Followers” sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak untuk menyelesaikan skripsi ini. Karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Endah Murwani, M.Si, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Kepada responden yang sudah meluangkan waktunya dan bersedia untuk membantu mengisi kuesioner.
6. Keluarga saya, terutama bapak Ng Chi Chun yang selalu memberikan saya semangat serta bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Cicelly Rhema Editha, selaku sahabat dekat yang selalu menemani dan memberikan dukungan ketika peneliti ingin menyerah, selalu memberikan hiburan canda dan tawa, serta memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini bersama-sama.
8. Tini Chandra, selaku sahabat dekat yang selalu memberikan motivasi dan semangat agar peneliti tetap terus melangkah untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Nataly, Thalia dan Elvi, Sahirah selaku teman peneliti yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
10. Vincy Diva Wijaya, diri saya sendiri yang sudah berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini dan bertahan hingga saat ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi sebuah motivasi untuk kedepannya bagi para mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara,

Tangerang, 3 Juni 2024



(Vincy Diva Wijaya)

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**PENGARUH PESAN PERSUASIF AKUN INSTAGRAM  
@SOCIALCONNECT.ID TERHADAP PENGETAHUAN KESEHATAN  
MENTAL FOLLOWERS**

Vincyia Diva Wijaya

**ABSTRAK**

Saat ini masalah kesehatan mental sedang meningkat di Indonesia, sehingga para komunitas di Indonesia membentuk untuk memberikan dukungan dan semangat dengan mengingatkan kepada semua orang untuk menjaga diri dari masalah kesehatan mental. Salah satunya adalah komunitas kesehatan mental Social Connect yang selalu memberikan pesan-pesan dengan menarasikan tentang masalah kesehatan mental dan memberikan solusi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah terdapat pengaruh dari pesan persuasi akun Instagram @socialconnect.id terhadap pengetahuan kesehatan mental followers. Penelitian ini menggunakan konsep pesan persuasi dan pengetahuan dari khalayak atau pengikut *followers* akun Instagram @socialconnect.id. Pendekatan dari penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat eksplanatif dengan metode kuesioner, variabel dari penelitian ini adalah Pesan persuasi dengan dimensi struktur pesan, konten pesan, framing, bahasa, dan daya tarik emosional sebagai variabel X. Untuk Variabel Y yaitu pengetahuan. Penelitian yang dilakukan dalam mengambil sampel menggunakan followers dari akun Instagram @socialconnect.id sebanyak 200 responden secara *purposive* sampling. Data yang dikumpulkan menggunakan uji regresi linier dengan hasil penelitian ini menunjukkan berpengaruh 20,7 % melalui persamaan regresi, dilihat dari sisi pengetahuan =  $61.913 + -0.562$  Pesan persuasi, hal ini disimpulkan bahwa pesan persuasi akan mengalami kenaikan nilai pada kesadaran kesehatan mental followers @socialconnect.id pada tingkat pesannya.

**Kata kunci:** Kesehatan mental, Media sosial, Pengetahuan

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



# **THE INFLUENCE of PERSUASIVE MESSAGES FROM THE INSTAGRAM ACCOUNT @socialconnect.id MENTAL HEALTH KNOWLEDGE of FOLLOWERS**

Vincy Diva Wijaya

## **ABSTRACT**

*Currently, mental health issues are on the rise in Indonesia, prompting communities across the country to form groups that provide support and encouragement by reminding everyone to take care of their mental health. One such community is Social Connect, which consistently delivers messages narrating mental health issues and offering solutions. The aim of this study is to determine whether there is an influence of persuasive messages from the Instagram account @socialconnect.id on the mental health knowledge of its followers. This research utilizes the concepts of persuasive messaging and audience knowledge, focusing on the followers of the Instagram account @socialconnect.id. The approach of this study is quantitative and explanatory, using a questionnaire method. The variables of this study are persuasive messages with dimensions such as message structure, message content, framing, language, and emotional appeal as the independent variable (X). The dependent variable (Y) is knowledge. The study's sample consists of 200 respondents who are followers of the Instagram account @socialconnect.id, selected through purposive sampling. Data were collected using a linear regression test, and the results indicate an influence of 20.7% through the regression equation, viewed from the knowledge perspective:  $\text{knowledge} = 61.913 + -0.562 \text{ persuasive message}$ . It is concluded that persuasive messages will increase the value of mental health awareness among followers of @socialconnect.id at the message level.*

**Keywords:** *Mental Health, Social media, Knowlegde*

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ivii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.5 Kegunaan Penelitian</b> .....	7
<b>1.5.1 Kegunaan Akademis</b> .....	7
<b>1.5.2 Kegunaan Praktis</b> .....	7
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP</b> .....	8
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	8
<b>2.2 Konsep</b> .....	9
<b>2.3 Hipotesis Teoritis</b> .....	14
<b>2.4 Alur Penelitian</b> .....	15
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	16
<b>3.1 Jenis dan Sifat Penelitian</b> .....	16
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	16
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	16
<b>3.3.1 Populasi</b> .....	16
<b>3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep</b> .....	18

3.5	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	22
3.6	<b>Teknik Pengukuran Data</b> .....	22
3.7	<b>Teknik Analisis Data</b> .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....		27
4.1	<b>Deskripsi Tentang Akun Instagram Social Connect</b> .....	27
4.2	<b>Hasil Penelitian</b> .....	28
4.3	<b>Pembahasan</b> .....	40
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		43
5.1	<b>Simpulan</b> .....	43
5.2	<b>Saran</b> .....	43
5.2.1	<b>Saran Akademis</b> .....	43
5.2.2	<b>Saran Praktis</b> .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		44
<b>LAMPIRAN</b> .....		48

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Sampel.....	19
Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel .....	21
Tabel 3.3 Tabel skala likert.....	24
Tabel 3.4 Tabel Uji Validitas Variabel X .....	25
Tabel 3.5 Tabel Uji Validitas Variabel Y .....	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Struktur Pesan .....	31
Tabel 4.3 Konten Pesan.....	33
Tabel 4.4 Framing .....	33
Tabel 4.5 Bahasa .....	34
Tabel 4.6 Daya Tarik Emosional .....	34
Tabel 4.7 Pengetahuan .....	35
Tabel 4.8 Pengetahuan .....	35
Tabel 4.9 Pengetahuan .....	36
Tabel 4.10 Pengetahuan .....	36
Tabel 4.11 P-P Plot Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.13 Uji ANOVA .....	39
Tabel 4.13 Uji Regresi .....	39
Tabel 4.14 Uji Koefisien.....	40

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Databoks Kesehatan Mental.....	3
Gambar 1.2 Instagram socialconnect.id.....	4
Gambar 1.3 <i>Reels</i> Instagram socialconnect.id .....	5
Gambar 1.4 <i>Feeds</i> Instagram socialconnect.id .....	5
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 3.1 Hasil reliabilitas variabel X.....	26
Gambar 3.2 Hasil reliabilitas variabel Y.....	26
Gambar 4.1 Instagram socialconnect.id.....	30

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin .....	48
Lampiran B Penelitian Terdahulu .....	50
Lampiran C Formulir Bimbingan .....	53
Lampiran D Kuesioner Penelitian .....	54
Lampiran E Jawaban Kuesioner .....	59
Lampiran F DM Responden .....	66
Lampiran G Curriculum Vitae .....	67

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA