

**MICROBLOG PADA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI
PENGEMBANGAN DIRI**

(Analisis Isi pada Akun Instagram @satupersenofficial)

SKRIPSI



Oleh:

Khairina Nur Afifah

NIM: 211017015

Pembimbing:

Kayvis Fithri Ajhuri, M.A

NIP. 198306072015031004

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2021

ABSTRAK

Afifah, Khairina Nur. 2021. *Microblog pada Instagram sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun @satupersenofficial)* Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Kayyis Fithri Ajhuri, M.A

Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Media Sosial, Instagram, Pengembangan Diri, Analisis Isi

Perkembangan teknologi digital didukung pesatnya kemajuan internet membawa perubahan di bidang komunikasi. Komunikasi merupakan proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari satu pihak (orang dan benda/media) ke pihak lain. Adanya dukungan internet melahirkan *new media* yaitu media sosial. Instagram adalah salah satu media sosial yang dapat membagikan foto dan video. Sejak Instagram memiliki fitur *carousel* para pengguna dapat membuat konten *microblog* dengan mudah. *Microblog* sebagai media informasi dibuat dengan konsep yang menarik, singkat dan mudah dipahami. *Microblog* semakin populer di *platform* media sosial Instagram yang merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat. PT. Satu Persen Edukasi memanfaatkan *microblog* sebagai media informasi pengembangan diri untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat Indonesia, setidaknya satu persen setiap hari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tampilan *microblog* @satupersenofficial dan isi informasi bidang pengembangan diri dalam *microblog* @satupersenofficial berdasarkan teori analisis isi. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah postingan *microblog* @satupersenofficial pada bulan Desember 2020. Selanjutnya penulis melakukan observasi dan dokumentasi pada *microblog* @satupersenofficial. Kemudian menganalisis tampilan *microblog* dan analisis isi informasi pengembangan diri pada *microblog* @satupersenofficial.

Hasil dari penelitian ini adalah *pertama*, tampilan *microblog* @satupersenofficial yang tidak menggunakan elemen desain komunikasi visual fotografi di dalamnya. Hanya menggunakan tipografi, simbolisme, ilustrasi, dan warna. *Kedua*, berdasarkan analisis isi selain memberi informasi edukasi terkait pengembangan diri, di dalam *microblog* juga terdapat informasi terkait promosi yang berisikan layanan yang dimiliki Satu Persen yaitu kelas *online* serta terdapat ajakan untuk mengikuti webinar dan konsultasi dengan mentor Satu Persen.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

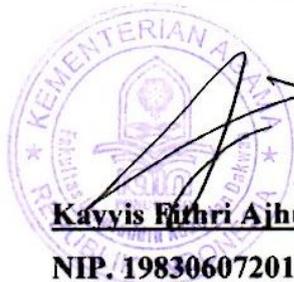
Nama : Khairina Nur Afifah
NIM : 211017015
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul : *Microblog* pada Instagram sebagai Media Informasi
Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram
@satupersenofficial)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 26 April 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Kayyis Fithri Ajhuri, M.A
NIP. 198306072015031004

Menyetujui,

Pembimbing



Kayyis Fithri Ajhuri, M.A
NIP. 198306072015031004



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Khairina Nur Afifah
NIM : 211017015
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : *Microblog* pada Instagram sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram @satupersenofficial)

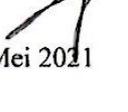
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 6 Mei 2021

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S. Sos.) pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 11 Mei 2021

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Dr. Iswahyudi, M.Ag. ()
2. Penguji : Dr. Ahmad Choirul Rofiq, M.Fil.I. ()
3. Sekretaris : Kayyis Fithri Ajhuri, M.A. ()

Ponorogo, 11 Mei 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab
dan Dakwah


Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag.

NIP. 196806161998031002

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khairina Nur Afifah
NIM : 211017015
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul : *Microblog* pada Instagram sebagai Media Informasi
Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram
@satupersenofficial)

Menyatakan bahwa naskah Skripsi/Thesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia menyerahkan naskah tersebut untuk dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui *etheses.iainponorogo.ac.id* adapun isi dari tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat agar dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Ponorogo, 11 Mei 2021

Penulis



Khairina Nur Afifah

NIM. 211017015

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khairina Nur Afifah

NIM : 211017015

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Judul : *Microblog* pada Instagram sebagai Media Informasi
Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram
@satupersenofficial)

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri bukan merupakan pengambilan-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya siap menerima sanksi atas perbuatan saya.

Ponorogo, 26 April 2021

Yang Membuat Pernyataan



Khairina Nur Afifah

NIM. 211017015

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital didukung oleh pesatnya kemajuan internet telah membawa perubahan di bidang komunikasi.¹ Komunikasi merupakan proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari satu pihak (orang dan benda/media) ke pihak lain.² Terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan dalam berkomunikasi, yaitu berbicara dengan bertukar pikiran atau pendapat dan memberitahukan informasi, bentuk gagasan melalui kata-kata, tulisan, gambar, tanda/symbol, foto, bahasa isyarat, bunyi/suara, dan lain-lain.³ Perkembangan teknologi yang semakin pesat, ilmu pengetahuan dan kebutuhan terhadap data juga semakin tinggi sehingga menimbulkan kebutuhan informasi yang semakin besar.

Perkembangan informasi saat ini dinilai semakin cepat. Adanya teknologi internet sebagai bentuk media baru, informasi dapat dengan mudah tersebar kepada khalayak umum. Sejalan dengan perkembangan pola pikir pada masyarakat yang semakin maju dan berkembang dapat mempengaruhi

¹Rully Khairul Anwar dan Agus Rusmana, *Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan, Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol. 6, No.3, Desember 2017, 204.

²Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), 11.

³Lia kirana S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), 14.

kebutuhan akan informasi.⁴ Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih bermanfaat dan berarti bagi penerimanya.⁵ Informasi selain sebagai pengetahuan juga dapat mengubah pola pikir, perilaku, dan kesejahteraan masyarakat. Kebutuhan informasi terus bertambah seiring banyaknya media baik media massa maupun media sosial yang menyediakan berbagai informasi.⁶

Media massa adalah alat komunikasi untuk menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada masyarakat yang luas.⁷ Terpaan media massa baik di media televisi, radio, surat kabar, dan internet dapat mempengaruhi dalam membentuk aspek kebutuhan kognitif, afektif, integratif sosial, dan hiburan masyarakat.⁸ Internet merupakan produk teknologi yang dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yaitu di dalam dunia maya atau interaksi sosial *online*, proses di dalam interaksi tersebut dapat memenuhi kebutuhan akan informasi.⁹ Pengguna internet terus bertambah berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 196,7 juta jiwa hingga kuartal II 2020 ini mencapai 73,7 persen. Survei tersebut menyatakan bahwa alasan paling tinggi

⁴Fitriana Tjiptasari dan Madinatul Munawwarah Ridwan, "Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta", *Pustaloka*, Vol. 9, No. 1 (Juni, 2017), 60.

⁵Jeperson Hutahaean, *Konsep Sistem Informasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 9.

⁶Cristiani Juditha, "Akses Pencarian dan Penyebaran Informasi tentang Pemerintah Bidang Komunikasi dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan," *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 21, No. 1 (Juni, 2017), 2.

⁷Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 9.

⁸Roby Johan Falah, "Pilihan Media Massa Sebagai Sumber Informasi Bagi Remaja Di Kelurahan Ngagel Rejo, Kota Surabaya," (Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2018), 2.

⁹Nur Syam, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (Jakarta: Kencana, 2016), 1.

pengguna menggunakan internet adalah untuk media sosial, sedangkan alasan lainnya untuk komunikasi melalui pesan, *game online*, dan belanja *online*.¹⁰

Media massa dengan dukungan internet melahirkan suatu jaringan baru yaitu *new media* yang dapat mempermudah dalam mendapatkan informasi yaitu salah satunya dengan media sosial. Saat ini media sosial merupakan alat komunikasi yang populer. Para penggunanya dapat mencari informasi, berkomunikasi, dan menjalin pertemanan, dengan segala fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya seperti Blog, Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya. Masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi hanya dengan melalui ponsel pintar. Media sosial memiliki jangkauan interaksi yang besar dan fasilitasnya memudahkan dalam menyebarkan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat dengan cepat tanpa harus tatap muka.¹¹ Media sosial merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin berbagi informasi dan tempat untuk mencari teman baru serta berinteraksi dengan teman lainnya secara *online*.

Oleh karena itu penulisan ini, membahas penyebaran informasi di bidang pengembangan diri dalam Instagram sebagai tempat mencari informasi dengan cepat. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Instagram memiliki kualitas unggahan foto atau video yang baik

¹⁰Akhdi Martin Pratama, "Pengguna Internet Indonesia Hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang," *Kompas.com*, diunggah pada 9 November 2020, diakses pada 1 Desember 2020 di laman <https://amp.kompas.com/money/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>.

¹¹Yuli Rohmiyati, "Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media," *Anuva*, Vol. 2 (1), 2018, 29-30.

ditambah dengan berbagai macam filter untuk memperindah hasil akhir.¹² Instagram adalah aplikasi yang populer terlihat dari jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia hingga November 2019 dilaporkan dari Kompas.com telah mencapai 61.610.000 artinya 22,6 persen atau hampir seperempat total penduduk Indonesia adalah pengguna Instagram.¹³ Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memungkinkan para penggunanya untuk berkomunikasi dengan banyak pilihan cara. Diantaranya email, forum, situs jejaring sosial, blog, *microblogging*, dan masih banyak lagi bentuk aplikasi lainnya dalam media internet.

Microblog (microblogging) adalah istilah untuk era baru dalam dunia blog, karena *microblog* pada akhirnya mampu menjawab keresahan pengguna yang ingin mendapatkan informasi lebih cepat melalui ponsel pintarnya. Hal ini dibuktikan dari semakin banyaknya pengguna *smartphone*, tidak heran jika konten *microblog* semakin banyak hadir di media sosial sebagai tempat mendapatkan informasi secara cepat. Konten *microblog* dibuat dengan konsep yang singkat, padat dan mudah dipahami pembacanya. Sejak Instagram meluncurkan fitur *Carousel* (fitur *Slideshow* atau dapat mengunggah hingga 10 foto). Para pengguna dapat melihatnya dengan menggeser rangkaian konten tersebut. Adanya fitur tersebut dapat memunculkan kreativitas untuk membuat konten yang informatif di Instagram seperti *microblogging*,

¹²Guesty Tania, "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram," (Skripsi, UIN Raden Intan, Lampung, 2019), 7.

¹³Wahyunanda Kusuma Pertiwi, "Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?," *Kompas.com*, diunggah pada 23 Desember 2019, diakses pada 30 November 2020 di laman <https://amp.kompas.com/tekno/-read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.

sehingga isinya tidak sekedar foto. *Microblog* semakin populer di *platform* media sosial Instagram yang merupakan salah satu media sosial banyak digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat.¹⁴

Salah satu akun Instagram yang sering menggunakan fitur *carousel* (fitur *Slideshow* atau dapat mengunggah hingga 10 foto) untuk *microblog* adalah @*satupersenofficial*. Akun ini aktif sejak 1 Februari 2019 hingga saat ini. Akun Instagram @*satupersenofficial* adalah akun resmi dari Satu Persen yang merupakan startup pendidikan Indonesia yang memiliki tujuan mendisrupsi sistem pendidikan yang ada saat ini. Satu Persen berawal dari *channel* Youtube milik *founder* Ifandi Khainur Rahim yang membahas tentang banyak hal, seperti kesehatan mental, pendidikan, filsafat, dan pengembangan diri. *Founder* bersama tim memiliki target besar karena melihat di abad ke-21 banyak anak muda mengalami masalah dalam hidup dan di sistem pendidikan tidak mengajarkan dalam kesiapan menghadapi rintangan dan masalah mengenai diri sendiri, *relationship*, keluarga, karir, dan makna hidup. Sehingga terbentuklah startup yang sesuai dengan namanya yaitu Satu Persen, startup tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat Indonesia, setidaknya satu persen setiap harinya.¹⁵

Penelitian ini menarik karena *microblog* pada Instagram merupakan perkembangan dari bentuk penyebaran informasi secara cepat dan instan, tanpa membuat postingan blog tradisional yang berisi 500-800 kata.

¹⁴Arkan Perdana, "Sedang Ramai, Ketahui Cara Membuat Konten Microblogging Instagram di Sini," *glints.com*, 2021, diakses pada 30 November 2020 di laman https://glints.com/id/lowongan/membuat-microblogging-instagram/#.YC7iA-_kzbIU.

¹⁵Uploader, "Tentang Kami," *Linked.in*, diakses pada 30 November 2020 di laman <https://www.linkedin.com/company/satu-persen-indonesian-life-school>.

Microblog di dalamnya terdapat materi gambar, infografis, video, dan cuplikan audio. *Microblog* dapat menarik perhatian pembaca lewat tampilan visual yang di desain dengan menarik dan teks informasi yang mudah dipahami. Konten kreator juga dapat berinteraksi langsung dengan pembaca di kolom komentar, sehingga diskusi menjadi dua arah dengan cepat. Satu Persen memiliki satu juta lebih pengikut di media sosial dan seribu lebih konten edukatif dengan berbagai topik di media sosial yang dapat dipelajari untuk menunjang kehidupan. Satu persen lahir untuk membantu mengembangkan diri, setidaknya satu persen setiap harinya. Membantu belajar hal baru dan mengenai diri sendiri agar siap menghadapi dunia saat ini untuk mencapai hidup seutuhnya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil fokus permasalahan yaitu pada tampilan dan isi informasi pengembangan diri dalam *microblog* @satupersenofficial. Peneliti membatasi pembahasan dengan memilih postingan periode bulan Desember. Pemilihan tersebut dikarenakan ingin memfokuskan terkait pengembangan diri menuju tahun baru. Postingan yang ditujukan agar lebih siap dalam menghadapi 2021 menjadi lebih baik dan disesuaikan juga dengan permasalahan pada masa pandemi. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti mengambil judul “***Microblog* pada Instagram sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram @satupersenofficial)**”.

B. Rumusan Masalah

Agar pembahasan ini nantinya tersusun secara sistematis, maka perlu dirumuskan permasalahan. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan oleh peneliti, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tampilan dalam *microblog @satupersenofficial*?
2. Bagaimana isi informasi bidang pengembangan diri dalam *microblog @satupersenofficial*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tampilan dalam *microblog @satupersenofficial*.
2. Untuk mengetahui isi informasi bidang pengembangan diri dalam *microblog @satupersenofficial*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memperluas serta menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi dan penyiaran Islam dalam bidang pemanfaatan media sosial, memberikan masukan secara umum terkait media sosial Instagram yang

menempatkan *microblog* sebagai media menyampaikan informasi edukasi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembaca diantaranya:

1. Bagi IAIN Ponorogo, hasil penelitian ini dapat berguna dalam melengkapi literatur kepustakaan tentang kajian ilmu mengenai media sosial dengan memahami pemanfaatannya sebagai media informasi
2. Bagi peneliti lainnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dasar kajian lebih lanjut oleh akademisi lainnya sebagai tambahan rujukan serta referensi, khususnya dalam penyampaian pemanfaatan media sosial Instagram.
3. Bagi *@satupersenofficial*, dapat menambah wawasan serta masukan kepada akun Instagram *@satupersenofficial* tentang pemanfaatan *microblog* sebagai media informasi pengembangan diri.

E. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka ini akan menjadi salah satu acuan dalam menentukan posisi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Ada beberapa penelitian yang dapat menjadi acuan dari penelitian ini, diantaranya:

Pertama, hasil laporan kerja praktik dengan judul “Perancangan Infografis Perilaku Manusia dalam Media Promosi Instagram PT. Satu

Persen Edukasi” yang disusun oleh Muhammad Nizar Amin mahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Informatika, Universitas Dinamika tahun 2021. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bahwa rancangan desain infografis sebagai media promosi guna memperkenalkan konten dan membangun citra dari Satu Persen kepada khalayak. Hasil dari laporan kerja praktik ini yaitu perancangan infografis memerlukan *brief* yang jelas, data yang lengkap, penyajian ilustrasi disesuaikan dengan topik konten secara rinci serta *layout* yang disesuaikan dengan konten yang akan disajikan pada tiap macam infografis. Ciri infografis yang bagus adalah informasi disajikan dengan jelas, mudah dipahami, serta memperhatikan elemen desain seperti warna dan jenis tipografi serta *layout* yang disesuaikan dengan konten.

Kedua, skripsi dengan judul “Instagram sebagai media Informasi (Analisis isi pada Akun Instagram @undercover.id)” yang disusun oleh Danu Hendro Prakoso mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang tahun 2020. Skripsi tersebut bertujuan untuk mengetahui konten apa saja yang diunggah akun Instagram @undercover.id selama bulan September 2019 dan berapa persentasenya, dengan menggunakan analisis isi kuantitatif sedangkan penulis menggunakan analisis isi kualitatif.¹⁶ Dalam penelitian ini sama-sama mengulas tentang pemanfaatan media sosial Instagram. Perbedaannya yaitu penulis fokus meneliti penggunaan

¹⁶Danu Hendro Prakoso, “Instagram Sebagai Media Informasi (Analisis Isi pada Akun Instagram @undercover.id),” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, 2020).

Instagram sebagai media informasi pengembangan diri tentang konten *microblog* akun @satupersenofficial sedangkan pada penelitian ini membahas akun Instagram @undercover.id yang menyuguhkan informasi dalam berbagai topik.

Hasil pada penelitian ini adalah akun Instagram @undercover.id merupakan akun yang berfokus pada konten informasi dan ditemukan bahwa terdapat tujuh tema unggahan serta berikut persentase dari unggahan tersebut yaitu, Tema Ekonomi 5%, Tema Kriminal 7%, Tema Ketuhanan 6%, Tema Politik 31%, Tema Bencana 35%, Tema Pendidikan 4%, dan Teks Inspiratif 12%. Pada penelitian ini periode unggahan September 2019 tema yang sering muncul adalah tema bencana dengan persentase 35% yaitu peristiwa kebakaran hutan dan lahan yang terjadi di Riau yang mengakibatkan kepulan asap tebal hingga berdampak ke negara tetangga, dan keributan yang terjadi antara kelompok mahasiswa dengan aparat kepolisian saat demonstrasi RUU KPK dan RUU KUHP.

Ketiga, skripsi yang berjudul “Alih Fungsi Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Alih Fungsi Situs *Microblogging* Twitter pada Pengguna Twitter)” disusun oleh Nana Rohanawati mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2012. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah telah terjadi alih fungsi dalam penggunaan media situs *microblogging* Twitter dan masih berlakukah fungsi utama

Twitter sebagai tempat berbagi informasi bagi para penggunanya.¹⁷ Dalam penelitian ini sama-sama mengulas tentang pemanfaatan media sosial konsep *microblog*. Perbedaannya yaitu penulis fokus meneliti penggunaan Instagram sebagai media informasi tentang pengembangan diri pada *microblog* akun *@satupersenofficial* dengan menggunakan analisis isi kualitatif sedangkan pada penelitian ini membahas alih fungsi dalam penggunaan media situs *microblogging* Twitter dengan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa situs Twitter sebagai salah satu bentuk dari jejaring sosial seperti halnya situs Facebook. Fungsi sosial (pergaulan) cenderung mendominasi melebihi fungsi utamanya. Meskipun memang para pengguna Twitter tidak mengabaikan fungsi utama situs Twitter yaitu sebagai sumber informasi dan berita. Alih fungsi media terjadi didasarkan pada tingkatan kebutuhan penggunaan media yaitu *cognitive needs, affective needs, personal integration needs, social integration needs, dan tention and relax needs*. Adanya tingkat kebutuhan tersebut memaksa khalayak pengguna untuk dapat mengoptimalkan fungsi dari media yang digunakannya. Sehingga secara otomatis menyebabkan pola penggunaan dan pemanfaatan pengguna terhadap situs Twitter ikut pula berkembang dan mengubah fungsi Twitter menjadi jejaring sosial.

¹⁷Nana Rohanawati, "ALIH FUNGSI TWITTER (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Alih Fungsi Situs Microblogging Twitter pada Pengguna Twitter)," (Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Surakarta, 2012).

Keempat, jurnal yang berjudul “Strategi Konten Instagram untuk Edukasi Pola Minum Kopi yang Sehat pada Usia Muda” disusun oleh Muhammad Alvian Hasby, Erik Armayuda, Bayyinah Nurul Haq mahasiswa Universitas Trilogi tahun 2020. Jurnal ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai pola minum kopi yang sehat.¹⁸ Dalam penelitian ini sama-sama mengulas tentang pemanfaatan media sosial Instagram menggunakan konsep *microblog*. Perbedaannya yaitu penulis fokus meneliti penggunaan Instagram sebagai media informasi tentang pengembangan diri pada *microblog* akun @satupersenofficial dengan menggunakan analisis isi sedangkan pada penelitian ini memberikan informasi mengenai pola minum kopi yang sehat pada *microblog* akun @bukancumangopi dengan metode perancangan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa informasi yang disampaikan secara bertahap dan variatif, yaitu: fakta mengenai kopi, risiko berbahaya minum kopi berlebihan dan pola minum kopi yang sehat. Manajemen konten terkait platform melalui penggunaan hashtag yang trending dan relevan, pengaturan posting yang mengacu pada siklus edukasi menghasilkan jadwal posting konten yang terbagi kedalam beberapa edisi untuk satu bulan.

Kelima, jurnal yang berjudul “Kang Pisang”: *Personal Branding Putra Bungsu Jokowi dalam Media Microblogging* yang diteliti oleh Marshelia Gloria Narida Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen

¹⁸Muhammad Alvian Hasby, Erik Armayuda, Bayyinah Nurul Haq, “Strategi Konten Instagram untuk Edukasi Pola Minum Kopi yang Sehat pada Usia Muda,” *Jurnal IKRA-ITH* Vol 4, No 3, (November 2020).

Indonesia tahun 2019. Jurnal ini bertujuan menunjukkan bahwa Kae Sang membangun *personal branding* sebagai seorang penjual pisang melalui media *microblogging* twitter.¹⁹ Dalam penelitian ini sama-sama mengulas tentang penggunaan konsep *microblog* dan menggunakan analisis isi kualitatif. Perbedaannya yaitu penulis fokus meneliti penggunaan Instagram sebagai media informasi pengembangan diri pada konten *microblogging* akun @satupersenofficial sedangkan pada penelitian ini meneliti tren dalam membentuk konten *microblogging* sebagai *personal branding* dari Kae sang pada akun twitter @kaesangp.

Hasil dari penelitian ini yaitu *personal branding* yang dibangun oleh Kae Sang melalui media *microblogging* Twitter memenuhi kriteria dalam pembentukan dan penerimaan suatu *personal branding*. Penelitian ini mengacu pada teori pembentukan citra diri Peter Montoya, dengan mengambil 8 kategori pembentuk citra diri, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, keterlihatan, kesatuan, keteguhan, dan niat baik.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang tidak menggunakan perhitungan dalam penelitiannya. Hasil dari penelitian ini yaitu data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau

¹⁹Marshelia Gloria Narida, ““Kang Pisang”: *Personal Branding* Putra Bungsu Jokowi dalam Media *Microblogging*,” Vol 2, Nomor 1, *Journal of Media and Communication Science*, 2019.

lisan dari objek yang diamati.²⁰ Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi, yaitu penelitian yang bersifat menggambarkan secara detail aspek dan karakteristik pada suatu pesan atau teks.²¹

2. Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Sumber data primer yaitu berupa gambar dalam bentuk tampilan dan teks yang diambil dari akun Instagram @satupersenofficial. Postingan *microblog* yang dipilih berisi informasi bidang pengembangan diri dalam jangka waktu 1-31 Desember 2020, yang akan ditranskripsikan dan dianalisis pada penelitian ini. *Microblog* yang diambil berjumlah 12 dari 90 postingan. 12 *microblog* mengulas pengembangan diri yang terpilih secara acak. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.²²

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data primer yaitu data yang dikumpulkan untuk mencari

²⁰Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 3-4.

²¹Eriyanto, *Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 47.

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)* (Bandung: Alfabeta, 2017), 120.

konsep dan teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang mendukung seperti buku, website internet, jurnal, skripsi dan artikel yang berkaitan dengan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam suatu fenomena tersebut.²³ Pengamatan dimaksudkan agar peneliti dapat menangkap makna fenomena dari pemahaman subjek, sehingga interpretasi peneliti harus sesuai berdasarkan interpretasi subjek yang diteliti.²⁴ Melalui observasi ini peneliti mengamati postingan *microblog* yang diunggah pada Instagram *@satupersenofficial* bulan Desember 2020. Selain itu penulis juga mencatat hal-hal yang berkaitan dengan tema penelitian untuk mempermudah dalam menganalisis tampilan dan isi *microblog* *@satupersenofficial*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Sumber dokumen ini mengacu pada surat-surat, buku harian, naskah

²³Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 143.

²⁴Ibid., 145.

pidato dan sebagainya.²⁵ Dokumen sebagai sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, dan bahkan untuk meramalkan. Oleh karena itu, dokumen harus memperhatikan kredibilitas sumber data.²⁶ Dokumentasi menjadi sumber pendukung dalam pengumpulan data yang sesuai dengan konten *microblog* yang dimuat pada Instagram yang diunggah oleh akun *@satupersenofficial*. Teknik ini dilakukan dengan mencari data utama yang berasal dari *microblog @satupersenofficial* yang mengulas pengembangan diri dan bahan-bahan dokumentasi lain yang berkaitan dengan judul penelitian. Data ini dipakai sebagai acuan dalam pembahasan mengenai konsep dan karakteristik *microblog @satupersenofficial*.

4. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, setelah semua data terkumpul peneliti akan melakukan pengolahan data. Hasil observasi yang dilakukan dan hasil dokumentasi data yang telah terkumpul akan diolah dengan menganalisis isi data yang telah diperoleh.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis isi kualitatif yang tidak hanya mampu mengidentifikasi pesan-pesan yang tampak, melainkan juga pesan tersembunyi dari sebuah dokumen yang diteliti. Analisis isi mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan *context* (situasi sosial diseperti dokumen atau isi teks yang diteliti),

²⁵Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, 176.

²⁶Ibid., 181.

procces (bagaimana suatu proses produksi media atau isi pesannya dikreasi secara *actual* dan diorganisasikan secara bersama) dan *emergence* (pembentukan secara bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi) dari dokumen-dokumen yang diteliti.²⁷

Cara kerja pada *content analysis* yaitu peneliti memulai analisis dengan memilih dan memfokuskan kategori-kategori topik yang ada pada pengembangan diri. Data yang terkumpul berupa gambar yang berisi tampilan desain dan teks. Kemudian penyajian data dengan mengklasifikasikan data tersebut dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Peneliti melakukan prediksi dengan teknik analisis isi deskriptif untuk menarik kesimpulan dari temuan data yang di dapat.²⁸

G. Sistematika Pembahasan

Di dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika pembahasan yang relevan mengenai penelitian yang akan ditulis. Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab yang memiliki keterkaitan antara satu sama lain. Isi dari masing-masing bab memiliki gambaran sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum penelitian yang akan dilakukan, dengan memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

²⁷Sartika, *Analisis Isi Kualitatif*, 66.

²⁸Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, 85.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teoritik yang memuat tentang desain komunikasi visual, media sosial, Instagram, informasi pengembangan diri dan teori analisis isi.

BAB III : PROFIL DAN *MICROBLOG* SATU PERSEN

Berisikan tentang paparan data umum dan khusus. Paparan data umum yang berisi profil umum, sejarah, dan layanan Satu Persen. Paparan data khusus berisikan mengenai tampilan *microblog @satupersenofficial* dan isi *microblog* bidang pengembangan diri pada akun Instagram *@satupersenofficial*.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil analisis data, yang terdiri tampilan dalam *microblog @satupersenofficial* dan isi informasi bidang pengembangan diri dalam *microblog @satupersenofficial*.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.



BAB II

LANDASAN TEORI

1. Desain Komunikasi Visual

a. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Secara bahasa desain diambil dari kata *designo* (Itali) yang artinya gambar, sedangkan dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa Latin yaitu *designare* yang artinya merencanakan atau merancang. Kemudian kata komunikasi berarti menyampaikan suatu pesan dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui suatu media dengan maksud tertentu. Komunikasi sebagai proses menciptakan suatu kesamaan atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan). Sementara kata visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indra penglihatan. Desain komunikasi visual adalah visualisasi dari proses perancangan dengan menggunakan keterampilan dan kreativitas untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Pesan yang dirancang memiliki daya tarik dalam unsur-unsur visual sebagai simbol atau tanda dalam maknanya.¹

Maka desain komunikasi visual dapat dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang

¹Mariah Fitriah, *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 25.

bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga merubah perilaku target *audience* sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedangkan bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar atau foto, tipografi atau huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (baik sosial, komersial atau informasi, identifikasi, maupun persuasi).

b. Fungsi Desain Komunikasi Visual

Menurut Cenadi, desain komunikasi visual mempunyai tiga fungsi dasar, yaitu sebagai berikut:

1) Desain Komunikasi Visual sebagai sarana Identifikasi

Identitas seseorang dapat mengidentifikasi tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda atau produk, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya, sehingga kita akan lebih mudah mengenalinya.²

2) Desain Komunikasi Visual sebagai sarana Informasi dan Instruksi

Desain komunikasi visual bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk,

²Ibid., 26.

arah, posisi dan skala; contohnya peta, diagram, simbol dan petunjuk arah. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Simbol seperti tanda dan rambu lalu lintas harus bersifat informatif dan komunikatif, dapat dibaca dan dimengerti oleh orang dari berbagai kalangan.

3) Desain Komunikasi Visual sebagai sarana Presentasi dan Promosi

Desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi memiliki tujuan yaitu untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat, contohnya poster. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan. Oleh karena itu, gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuannya adalah menjual suatu produk atau jasa.³

c. Elemen Desain Komunikasi Visual

Kualitas suatu produk dipengaruhi dari identitas yang dimunculkan dalam desain komunikasi visual. Maka ada elemen-elemen yang perlu diperhatikan dalam desain komunikasi visual. Elemen tersebut meliputi tipografi, simbolisme, ilustrasi, warna dan fotografi.

³Ibid., 27-28.

1) Desain dan Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain. Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide, cerita dan informasi melalui segala bentuk media, mulai dari label, pakaian, tanda-tanda lalu lintas, poster, buku, surat kabar dan majalah. Tipografi dianggap sebagai elemen kunci dalam desain komunikasi visual. Tipografi diartikan seni mencetak dengan huruf, seni menyusun huruf, cetakan dari huruf.⁴ Terdapat beberapa pertimbangan yang harus diperhatikan saat mengolah tipografi, seperti berikut:

- a) Huruf pada komputer memiliki satuan yang disebut *point* (pt). Besar kecil huruf, ditentukan dari prioritas informasinya yang ingin ditonjolkan dan dilihat terlebih dahulu oleh pembaca. Ukuran yang baik agar teks jelas dan efisien, adalah minimal 20 pt untuk *headline*, 14-16 pt untuk *body* dan *subtitle* serta 14 pt untuk *button*. Dengan skala perbandingan pada ukuran Instagram 1080 x 1080 *pixels*.
- b) Menggunakan maksimal tiga jenis huruf. Jika terlalu banyak menggunakan jenis huruf, pembaca akan kurang fokus mencerna hasil desain. Hindari pemakaian jenis huruf yang hampir sama, karena belum tentu mata orang awam

⁴Ibid., 31.

menangkap perbedaannya dan membuat desain menjadi monoton.

- c) Teks yang ditulis dengan huruf kapital, akan lebih sulit dibaca daripada kombinasi *upper case* dan *lower case*. Perhatikan gaya atau ketebalan dari *font* yang akan digunakan. *Font* memiliki beberapa variasi huruf seperti tipis (*light*), tebal (*bold*), miring (*italic*), ramping (*condensed*), lebar (*expanded*), dan lain-lain.
- d) Menggunakan kontras warna yang cukup kontras antara tulisan dengan *background* untuk memudahkan pembaca membaca hasil desain.
- e) Mengatur jarak antar baris dalam teks (*leading*), karena dapat mempengaruhi daya baca. Jika jarak antar baris terlalu rapat, maka tulisan akan sesak. Tetapi jika terlalu renggang, maka kalimat akan terlihat putus-putus. Untuk pembacaan optimal, menggunakan komposisi baris teks seperti rata kiri, kanan, kiri-kanan, dan tengah.⁵ Menata huruf sangat dipentingkan dalam membuat karya. Huruf dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Jenis-Jenis Huruf

Jenis Huruf	Keterangan	Bentuk Huruf
-------------	------------	--------------

⁵Irene Hasian dan Irsya Putri, “Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika”, *Jurnal Magenta*, Vol 5, No. 01, (Januari, 2021),637-638.

<p>Huruf Tak Berkait (<i>Sans Serif</i>)</p>	<p>Bentuk huruf yang tidak memiliki kait, bertangkai tebal, sederhana dan lebih mudah dibaca dan sifat huruf ini kurang formal. Contoh bentuk huruf ini yang paling populer yaitu tipe <i>Arial</i> dan <i>Helvetica</i>.</p>	<p>Aa Bb Cc</p>
<p>Huruf Berkait (<i>Serif</i>)</p>	<p>Bentuk huruf yang memiliki kait, dengan ketebalan yang kontras. Jenis ini merupakan huruf formal, sangat anggun dan konservatif. Contoh yang paling umum yaitu huruf tipe <i>Times New Roman</i>.</p>	<p>Aa Bb Cc</p>
<p>Huruf Tulis atau Latin (<i>Script</i>)</p>	<p>Jenis ini merupakan dasar dari bentuk huruf yang ditulis dengan tangan, kontras tebal dan tipisnya sedikit saling berhubungan dan mengalir. Dapat memberikan kesan keanggunan dan sentuhan pribadi.</p>	<p><i>Aa Bb Cc</i></p>

<p><i>Decoratif</i> <i>(Graphic)</i></p>	<p>Bentuk yang sangat rumit desainnya. Bentuk ini hanya cocok dipakai untuk <i>headline</i> tidak cocok digunakan sebagai <i>body copy</i> jadi sifatnya sangat terbatas dalam penggunaannya.</p>	<p>Qa Bb Cc</p>
<p><i>Monospace</i></p>	<p>Setiap huruf yang berjenis <i>monospace</i> mempunyai jarak atau lebar yang sama setiap hurufnya. Contohnya yaitu huruf tipe <i>courier</i> dan huruf yang ada pada mesin ketik.</p>	<p>Aa Bb Cc</p>

2) Desain dan Symbolisme

Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol dapat dipahami seseorang jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya. Simbol dapat mengkomunikasikan pesan tanpa kata-kata. Bentuk yang lebih kompleks dari simbol adalah logo. Logo adalah identifikasi yang mencerminkan dari sebuah perusahaan.

Logo harus bersifat unik, mudah diingat dan dimengerti oleh pengamat yang dituju.⁶

3) Desain dan Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang dihasilkan secara manual. Ilustrasi harus dapat menimbulkan respon atau emosi yang diharapkan dari pengamat yang dituju. Ilustrasi umumnya membawa emosi dan dapat bercerita banyak dibandingkan fotografi, karena sifat ilustrasi lebih hidup, sedangkan fotografi hanya berusaha untuk “merekam” momen sesaat.⁷

4) Desain dan Fotografi

Foto harus dapat produktif (dalam arti mengembangkan minat), komunikatif, dan menghasilkan respon melalui daya tarik visualnya dalam mendukung suatu iklan dengan memperhatikan konsep desain tersebut. Fotografer memiliki kemampuan “bercerita” melalui foto, oleh karena itu karakter yang dibutuhkan dalam fotografer yaitu keahlian visualisasi yang kreatif sesuai pesan yang disampaikan. Jika sebuah perusahaan periklanan hendak mempromosikan suatu parfum wanita yang berkesan anggun dan lembut, maka fotografer mengambil foto dengan menonjolkan keanggunan dan kelembutan dari parfum, misalnya

⁶Fitriah, *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*, 33-35.

⁷Ibid., 37.

dengan latar belakang kain sutra dengan warna-warna pastel yang berkesan lembut.⁸

5) Desain dan Warna

Warna sebagai media komunikasi, yaitu komunikasi visual. Dalam hal ini, pesan memiliki warna yang disuguhkan. Artinya seseorang dapat menyampaikan pesan melalui warna sebagai bentuk ekspresi dalam berkomunikasi.⁹ Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain karena dengan warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan, menarik perhatian dan meningkatkan minat untuk membaca. Perpaduan warna yang tidak sesuai dapat membuat pembaca kesulitan membaca informasi yang ingin disampaikan. Warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda pula. Berikut ini arti warna berdasarkan lingkup yang universal yaitu sebagai berikut:

- a) Warna Merah: Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrem. Menyimbolkan agresivitas, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan, dan vitalitas.
- b) Warna Pink: Warna yang disukai banyak wanita ini menyiratkan sesuatu yang lembut dan menenangkan, cinta, kasih sayang, feminin.
- c) Warna Biru: Tidak bisa lepas dari elemen langit, air dan udara, berasosiasi dengan alam, melambangkan keharmonisan,

⁸Ibid., 38-39.

⁹Ibid., 40.

- memberi kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, kepercayaan.
- d) Warna Kuning: Meningkatkan konsentrasi, warna ini menyimbolkan warna persahabatan, optimisme, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.
 - e) Warna Hijau: Hijau melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas, sehat, natural.
 - f) Warna Orange: Warna yang melambangkan sosialisasi, keceriaan, kehangatan, segar, semangat, dan energi.
 - g) Warna Ungu: Memberi kesan spiritual yang magis, misitis, misterius, dan mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawanan.
 - h) Warna Coklat: Merupakan warna netral yang natural, hangat, membumi dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, kesejahteraan, dan elegan.
 - i) Warna Abu-Abu: Warna ini melambangkan kesederhanaan, intelek, futuristik, millennium.
 - j) Warna Hitam: Warna yang kuat dan penuh percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, dan misterius.¹⁰

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

¹⁰Lia Angraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (Nuansa Cendekia: Bandung, 2018), 37-38.

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media berarti alat komunikasi sedangkan sosial diartikan sebagai kenyataan bahwa setiap individu melakukan aksi kontribusi kepada masyarakat. Hal ini menyatakan bahwa media dan semua perangkat lunak merupakan produk dari proses sosial. Media sosial dapat disimpulkan adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.¹¹ Media sosial merupakan media *online* dimana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Media sosial bertumbuh cepat seiring pesatnya perkembangan teknologi dan internet.¹²

b. Jenis-Jenis Media Sosial

Terdapat enam kategori pembagian jenis media sosial, yaitu:

1) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Pengguna dapat berinteraksi satu sama lain. Interaksi dengan berbagi pesan teks, foto dan video yang dapat menarik perhatian pengguna lain, sehingga mampu membentuk jaringan pertemanan. Semua postingan merupakan waktu yang sebenarnya, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi saat waktu kejadian.

2) Jurnal *Online* (*Blog*)

¹¹Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, *Problematika Penggunaan Internet: Konsep, Dampak, dan Strategi Penanganannya* (Jakarta: Kencana, 2020), 4.

¹²Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2015), 108.

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Secara mekanis, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua: pertama, kategori *personal homepages*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri, seperti .com atau .net; kedua, menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti Wordpress atau Blogspot.

3) Jurnal *Online* Sederhana atau *Microblog (microblogging)*

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktifitas atau pendapatnya. Kehadiran jenis media sosial ini berawal dari munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang maksimal 140 karakter.¹³ *Microblogging* adalah pembuatan pesan atau postingan singkat di web atau *platform* media sosial. Konten pendek yang dibuat *microblogging* bertujuan untuk memberikan informasi singkat dan padat pada orang lain dengan format audio, video, foto, dan juga teks. Keunggulan dari *microblog*, yaitu konten dibuat dengan kata-kata yang sederhana, lebih mudah dipahami serta bisa mendapatkan respon dan masukan dengan lebih mudah dan cepat, *microblogging* bisa menjadi penyedia informasi yang cepat untuk

¹³A. Sukrillah, IA Ratnamulyani, dan AA Kusumadinata, "Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi," *Jurnal Komunikatio*, Vol. 3, No. 2, Oktober 2017, 97.

para pengguna media sosial tentu saja juga dapat memperkuat *branding*.¹⁴

Sebagian besar *platform* microblogging adalah media sosial karena adanya *microblog* dapat membantu menyampaikan berita penting, kiat bermanfaat, dan konten lainnya dengan cepat dan efektif serta dapat berinteraksi secara langsung dengan mudah. Perkembangan *microblogging* saat ini menjadi populer, dua faktor utamanya yaitu; pertama, 52,2% dari lalu lintas website di seluruh dunia datang dari perangkat seluler. Artinya, audiens membutuhkan informasi yang bisa dimuat dengan cepat melalui perangkat seluler yang mereka miliki, adanya *microblog* dengan menawarkan akses instan untuk pembaruan berita tanpa menghabiskan waktu untuk membacanya. Faktor kedua, perubahan pola baca dari pengguna internet. Informasi yang ditampilkan dengan visual yang menarik dapat meningkatkan peluang untuk menarik audiens. *Platform microblogging* sebagian besar dari media sosial sehingga dapat berinteraksi secara langsung.

Microblogging di Twitter memungkinkan informasi bisa disampaikan dengan cepat. *Microblogging* di twitter dapat memasukkan teks, tautan, foto, video, GIF, dan audio. Kekurangannya, format teks di twitter hanya sebatas 280 karakter.

¹⁴Nadiyah Rahmalia, "Microblogging: Definisi, Keunggulan, dan Beragam Platformnya," *glints.com*, 2021, diakses pada 19 Februari 2020 dilaman <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-microblogging/#.YC7qOPkzBIU>.

Oleh karena itu, membutuhkan *copywriting* yang tepat untuk memaksimalkan pendeknya batas karakter agar menarik.

Instagram adalah *platform* media sosial yang mengedepankan gambar namun pentingnya teks untuk memperjelas gambar yang dimuat. Kolom caption di Instagram memungkinkan 2.200 karakter teks.¹⁵ *Microblog* dapat dikreasikan ke dalam berbagai format konten, seperti teks, gambar, video, dan audio yang kita posting. Informasi dapat di tuliskan dalam gambar yang diposting atau pada kolom caption. Teks informasi yang ditempatkan pada gambar dengan membentuk *multiple post* dengan menggunakan fitur carousel (dapat mengunggah 10 foto). Para penggunanya dapat melihatnya dengan menggeser foto.

Cara membuat konten *microblogging* di Instagram yang menarik yaitu menggunakan *font* berjenis *sans* yang cocok digunakan, menggunakan warna yang kontras untuk menarik perhatian pembaca, menggunakan kata-kata yang sederhana agar tidak menimbulkan kejenuhan dalam membaca dan dapat menampilkan visual yang baik, serta memberikan CTA atau *call to action* di akhir yang berupa ajakan untuk mengunjungi website, memberikan *like*, *share*, komentar hingga menyimpan konten agar

¹⁵Himam Miladi, "Membuat Microblogging Keren di Instagram", *Kompasiana.com*, diunggah pada 11 Januari 2020, diakses pada 11 April 2021 dilaman <https://www.kompasiana.com/primata/5e196a43d541df03fc-0f1722/tips-membuat-microblogging-keren-di-instagram>.

dapat dibaca di lain hari.¹⁶ Kemudian menggunakan *caption* sebatas informasi tambahan yang tidak terlalu panjang dan *to the point* mengarahkan ke visual *microblog*.

4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Media berbagi merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contohnya, Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau Snapfish.

5) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial merupakan jenis media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Beberapa contoh dari penanda sosial ini adalah, *delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.

6) Media Konten Bersama atau Wiki

Wiki merupakan konten asil kolaborasi dari penggunaanya. Wiki menghadirkan pengertian, sejarah, hingga ujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya, penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung yang berkolaborasi bersama untuk mengisi konten dalam situs ini.¹⁷

¹⁶Arkan Perdana, "Sedang Ramai, Ketahui Cara Membuat Konten Microblogging Instagram di Sini," *Glints.com*, diunggah pada 2 Maret 2021, diakses pada 11 April 2021 dilaman https://glints.com/id/lowongan/-membuat-microblogging-instagram/#.YHLL0_kzbiW.

¹⁷Kusumadinata, *Pemanfaatan Media Sosial*, 97-98.

c. Kelebihan media sosial

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan media konvensional, antara lain:

- 1) Kesederhanaan, karena sangat mudah digunakan tidak memerlukan kemampuan atau pelatihan khusus.
- 2) Membangun Hubungan, karena menawarkan kesempatan untuk berinteraksi dengan orang lain dan membangun hubungan
- 3) Jangkauan Global, di mana informasi dapat dikomunikasikan dalam sekejap dan cepat, terlepas dari lokasi geografis sehingga dapat menjangkau di mana pun.
- 4) Terukur, dengan sistem tracking yang mudah pengiriman pesan dapat terukur dan relatif waktu yang singkat.¹⁸

3. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram terdiri dari dua kata yaitu “insta” berasal dari kata “instan”, sama seperti kamera polaroid yang dapat menghasilkan foto instan. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya dapat mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Begitu pula pada cara kerja Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang

¹⁸Kusumadinata, *Pemanfaatan Media Sosial*, 98.

ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.¹⁹

b. Fitur-Fitur Instagram

Aplikasi ini dapat digunakan dengan baik dengan adanya fitur pendukung aplikasi Instagram yaitu, sebagai berikut:

1) *Follow*

Komunikasi antar sesama pengguna Instagram dapat terjalin dengan mengikuti pengguna lainnya, memberikan tanda suka, dan komentar pada postingan yang diunggah pengguna lainnya.

2) Mengunggah foto atau video

Instagram sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Foto atau video yang diunggah dapat diperoleh melalui kamera perangkat *smartphone* ataupun dari album.

3) Kamera

Foto yang diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam perangkat *smartphone*. Menggunakan kamera melalui Instagram juga dapat mengedit memakai efek-efek yang ada untuk mengatur warna foto yang dikehendaki.

4) *Caption*

Keterangan atau *caption* bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pengguna. *Caption* dapat dibuat

¹⁹Meutia Puspita Sari, "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembeajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau," *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP*, Vol. 4, No. 2 (Oktober, 2017), 5-6.

ketika hendak membuat konten yang akan diunggah atau dapat diubah melalui tombol sunting pada ikon 3 titik yang berada di atas foto.

5) *Mentions*

Fitur ini untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.

6) *Hashtag*

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur ini sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto tertentu yang dicari pada Instagram.

7) Lokasi (*Geotagging*)

Fitur ini menampilkan lokasi saat pengambilan foto atau video tersebut.

8) Jejaring sosial

Pengguna juga dapat membagikan postingan melalui jaringan sosial lainnya, tidak hanya di dalam Instagram saja.

9) Tanda suka

Tanda suka merupakan penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah. Bila sebuah foto menjadi terkenal maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke halaman populer.

10) *Explore*

Explore merupakan tampilan kumpulan foto populer yang banyak disukai pengguna Instagram. Algoritma Instagram yang menentukan foto mana saja yang masuk dalam *explore*.

11) *Instagram Stories*

Fitur Instagram *stories* menampilkan foto atau video secara singkat dan mudah yang memiliki batas waktu untuk ditampilkan yaitu dalam kurun waktu 24 jam maka akan terhapus dengan sendirinya.

12) *Live*

Pengguna dapat dengan mudah memperlihatkan kegiatan yang sedang dilakukan kepada pengikutnya. Dalam fitur ini pengikut dapat menonton, mengomentari serta bergabung pada siaran langsung tersebut.²⁰

13) *Carousel*

Fitur ini dapat memberikan keleluasan untuk mengunggah konten baik foto maupun video maksimal hingga 10 postingan, bisa juga menggabungkan antara foto dan video dalam satu postingan. Tab tombol “*multiple images*”, kemudian tandai foto atau video yang ingin diposting.

²⁰Muh. Ilham Haqqani, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh BHABINKAMTIBMAS Guna Mengantisipasi Penyebaran Hoax Pemilu 2019 Di Polres Banyumas,” *Police Studies Review*, Vol. 4, No. 1 (Januari, 2020), 307-308.

14) Simpan atau *Bookmark*

Apabila pengguna ingin melihat postingan lagi di lain waktu, fitur simpan bisa digunakan., karena Instagram tidak menyediakan fitur untuk mengunduh.

15) *Instagram stories archive* dan *highlight*

Instagram stories kini dilengkapi fitur arsip untuk memasukkan ke dalam arsip pribadi dan bisa sewaktu-waktu mengembalikannya lagi. *Story highlight* bisa mengelompokkan cerita yang sudah pernah diunggah ke dalam satu *space* baru di profil yang akan tampil secara horizontal di profil Instagram.

16) *Face Filter*

Face filter merupakan fitur terbaru pada *Instagram stories* yang diadopsi dari fitur yang sudah lama ada di Snapchat. Filter ini memberikan efek lucu, unik, dan menarik saat kamera menghadap ke wajah seseorang.²¹

c. Penggunaan Media Sosial Instagram.

Saat ini, media sosial sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak hanya untuk bercakap-cakap tetapi memiliki manfaat lainnya. Berikut ini manfaat dari media sosial, yaitu sebagai berikut:

1) Mendapatkan informasi

²¹Walter Pinem, "60+ Fitur Terbaru Instagram yang Perlu Anda Ketahui," diakses pada 8 Desember 2020 di laman <https://www.seniberpikir.com/fitur-terbaru-instagram/>.

Banyak informasi yang bisa diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, perlombaan, info seputar agama, politik, motivasi, pengembangan diri, maupun hal yang sedang hangat dibicarakan, disukai, bahkan digunakan.

2) Menjalin silaturahmi

Pengguna dapat melakukan komunikasi dengan jarak yang jauh dengan pengguna lain sehingga silaturahmi baik dengan orang baru, teman lama, juga kerabat dan keluarga dapat terjalin dengan baik.

3) Membentuk komunitas

Pengguna yang memiliki hobi yang sama dapat membentuk suatu komunitas atau perkumpulan yang berisi orang-orang dengan kesukaan dan hobi yang sama. Media sosial berperan untuk mengkoordinasi, berbagi, dan menjalin interaksi ketika tidak sedang bertatap muka secara langsung.

4) *Branding*

Branding merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar *brand* (merek) yang mereka tawarkan agar dikenal dan memiliki nilai sendiri di benak konsumen atau calon konsumen. *Branding* juga dapat dilakukan oleh *personal* atau perorangan yang dikenal dengan *personal branding*.

5) Promosi

Sosial media dapat memudahkan orang untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki. Sehingga di mana pun dan kapan pun bisa berjualan dengan memanfaatkan media sosial.

6) Kegiatan sosial

Pengguna dapat melakukan galangan dana bantuan untuk memudahkan kegiatan sosial, karena informasi dapat tersebar dengan luas dan cepat sehingga khalayak dapat melihat informasi tentang penggalangan dana dalam waktu yang singkat.²²

4. Informasi Pengembangan Diri

a. Pengertian

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih bermanfaat dan berarti bagi penerimanya.²³ Informasi merupakan hal yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Nilai informasi berlaku relatif, informasi dapat menjadi bernilai bagi seseorang, tetapi dapat tidak bernilai bagi yang lain. Seseorang akan mencari informasi apabila ingin mendapatkan jawaban atas suatu pertanyaan, mencari fakta, ataupun untuk memecahkan masalah, bahkan dalam pengambilan keputusan sekalipun menggunakan informasi sebagai dasarnya. Lambat laun pencarian informasi menjadi kebutuhan dalam kehidupan. Kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang memiliki kesenjangan

²²Anwar Sidiq, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh)," (Skripsi, UIN Raden Intan, Lampung, 2017), 29-31.

²³Jeperson Hutahaean, *Konsep Sistem Informasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 9.

pengetahuan atau merasakan kekurangan dan kemudian berupaya untuk memenuhi kekurangan tersebut.²⁴

Pengembangan diri adalah suatu proses meningkatkan kemampuan atau potensi, kepribadian, serta sosial-emosional seseorang agar terus bertambah dan berkembang. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan diri, yaitu;

- 1) Belajar dari pengalaman orang yang sukses
- 2) Mempelajari kelemahan diri (tidak disiplin, kurang menghargai waktu, malas) dan bertindak lebih disiplin, kerja keras, dan memanfaatkan waktu secara maksimal
- 3) Mencari informasi baru dari berbagai sumber belajar untuk menambah pengetahuan yang berguna bagi kelangsungan hidup.²⁵

Pengembangan diri merupakan usaha yang dilakukan dan diarahkan untuk memperoleh sesuatu yang dicapai diri untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan diri. Pengembangan pribadi meliputi segala kegiatan yang meningkatkan kesadaran dan identitas diri, mengembangkan bakat, dan potensi, membangun sumber daya manusia dan memfasilitasi kinerja, meningkatkan kualitas hidup, dan memberikan kontribusi dalam mewujudkan impian dan cita-cita.

²⁴Ridwan, *Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta*, 61.

²⁵Marmawi, "Persamaan "Gender" dalam Pengembangan Diri," *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, Vol. 1, No. 2, (Agustus, 2009), 176-177.

Pengembangan diri dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang cara menggali potensi diri dengan mengasahnya secara maksimal. Berbeda dengan pengembangan pribadi yang diartikan sebagai latihan fisik seperti cara berjalan, berkomunikasi, berpidato, dan sebagainya. Pengembangan diri sebagai sebuah ilmu sudah ada sejak dahulu. Terdapat beberapa tokoh yang ikut menyumbangkan pikirannya dalam teori pengembangan diri, yaitu:

- 1) Menurut Abraham Maslow, pengembangan diri adalah suatu usaha individu dalam memenuhi kebutuhannya terhadap aktualisasi diri yaitu berarti kebutuhan tertinggi diantara kebutuhan lainnya.
 - 2) Menurut Mc Clelland, pengembangan diri dapat dikategorikan pada usaha pemenuhan kebutuhan untuk berprestasi. Prestasi yang dimaksudkan adalah tidak sekedar dalam akademis melainkan juga prestasi dalam berkarir, prestasi dalam lingkungan masyarakat dan politik, dan lain sebagainya.
 - 3) Menurut Erik Erikson, setiap orang menjalani serangkaian “krisis psikososial” pada saat jatuh tempo. Setiap orang memiliki rintangan emosional tertentu untuk mengatasinya.²⁶
- b. Masalah pengembangan diri yang dibahas dalam konten Satu Persen, yaitu sebagai berikut:²⁷

²⁶Adi Suprayitno, *Pedoman dan Penyusunan Pengembangan Diri bagi Guru*, (Deepublish: Yogyakarta, 2019) 25-27.

1) Meningkatkan kesadaran diri

Kesadaran diri merupakan adalah suatu kesadaran dalam memahami sifat, perilaku, dan perasaan diri sendiri. Hal ini dapat membawa perubahan yang positif dengan membuat lebih percaya diri, kreatif, dan dapat berkomunikasi secara efektif. Orang yang memiliki kesadaran diri cenderung mengetahui kekuatan dan kelemahan. Keuntungan memiliki kesadaran diri yaitu lebih percaya diri, mampu berkomunikasi dengan efektif, tidak mudah sakit hati, lebih kreatif, terbuka dengan segala perbedaan, karir menjadi lebih sukses. Cara membangun kesadaran diri, dapat melakukan dengan meditasi, memusatkan perhatian, menjadi pendengar yang baik, mengevaluasi diri, menulis jurnal pribadi, mendengarkan pendapat orang lain dengan bijak.²⁷ Kesadaran diri dapat memberikan persepsi yang jelas tentang kepribadian, kekuatan, kelemahan, pikiran, kepercayaan, motivasi dan emosi sehingga menghasilkan solusi yang lebih baik untuk masalah yang dihadapi.

2) Meningkatkan Pengetahuan Diri

Pengetahuan diri atau *self-knowledge* diartikan sebagai “intisari diri” dalam mempresentasikan diri secara aktual atau diri

²⁷Diaz Ajeng Pradila, “Solusi untuk Masalah Sistem Pendidikan Perspektif Satu Persen”, *satupersen.net*, 6 November 2020, diakses pada 10 Mei 2021 di laman <https://satupersen.net/blog/solusi-untuk-masalah-sistem-pendidikan-perspektif-satu-persen>.

²⁸Dina Rahmawati, “Pentingnya Self Awareness untuk Kesehatan Mental,” *sehatq.com*, 29 Mei 2020, diakses pada 23 April 2021 di laman <https://www.sehatq.com/artikel/cara-efektif-membangun-self-awareness-atau-kesadaran-diri>.

yang diinginkan (dan tidak diinginkan) yang memotivasi berbagai jenis pengaturan diri (baik dalam gerakan maupun pencegahan) yang berfokus dalam melakukan sesuatu aktivitas. *Self-knowledge* membantu individu dalam bertindak berdasarkan pengetahuan untuk dapat mengenali diri. Seseorang dengan *self-knowledge* tinggi dapat memproses perilaku diri dengan baik. Sedangkan seseorang dengan *self-knowledge* rendah, kurang maksimal dalam mengaplikasikan perilaku kesehariannya.

Self-knowledge atau pengetahuan diri merupakan dasar pengetahuan dan kondisi psikologis yang tersirat didalam diri manusia yang berpusat pada inti otak. *Self-knowledge* sebagai perwujudan dari informasi dalam ranah kognitif-afektif individu untuk mengatur diri sendiri. Informasi tersebut dirangsang oleh pengaruh internal dan eksternal yang akan diproses untuk memandu sikap atau diperlukan individu untuk membuat atau mengambil keputusan yang tepat.²⁹

3) Cara Mengembangkan Kemampuan dan Potensi Diri

Potensi berasal dari serapan bahasa Inggris, yaitu *potencial* yang berarti kesanggupan, tenaga, kekuatan, dan kemungkinan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, definisi potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan. Jadi, potensi diri adalah kemampuan dasar

²⁹Ari Wahyu Leksono dan Rendika Vhalery, "Pengaruh *Self-Knowledge* dan *Self-Deception* Terhadap Pengelolaan Uang saku," *Journal of Education* Vol. 6, No.1, (Oktober, 2019), 30.

yang dimiliki seseorang yang masih terpendam dan mempunyai sesuatu yang untuk dapat dikembangkan dengan dukungan latihan serta sarana yang memadai.³⁰ Tips agar potensi dapat berkembang dengan baik, yaitu memahami diri sendiri, menentukan tujuan hidup, memiliki motivasi hidup, menghilangkan pikiran negatif dan jangan mengadili diri sendiri tetap semangat untuk memperbaiki diri.³¹

4) Meningkatkan Kemampuan Sosial

Topik ini membahas tentang bagaimana berhubungan baik dengan orang lain, teman, pasangan, dan keluarga. Goleman, menyatakan bahwa keterampilan sosial adalah menangani emosi dengan baik ketika bersosial dengan orang lain dan dapat dengan cermat membaca situasi, dapat berinteraksi dengan lancar, menggunakan keterampilan untuk mempengaruhi dan memimpin, bermusyawarah dan menyelesaikan perselisihan dan untuk bekerja sama dalam tim. Keterampilan sosial berhubungan dengan keterampilan emosional dalam pengendalian diri dan empati. Orang yang cerdas secara sosial seolah-olah mampu membaca dan menegtahui isi hati orang lain, oleh karena itu dengan mudah dapat

³⁰Muchlisin Riadi, "Potensi Diri," *kajianpustaka.com*, 27 oktober 2013, diakses pada 23 April 2021 di laman <https://www.kajianpustaka.com/2013/10/potensidiri.html#:~:text=Dari-%20pengertian%20diatas%20dapat%20disimpulkan,latihan%20dan%20sarana%20yang%20memadai.>

³¹Fika Hidayani, *Menggali Potensi Diri* (Kenanga Pustaka Indonesia: Banten, 2009), 4.

menyesuaikan diri, mengambil hati, serta mempengaruhi dan memimpin orang lain.³²

Keterampilan sosial yang baik akan mencegah adanya kesalahpahaman, konflik, atau hal yang tidak diinginkan dalam situasi sosial. Cara meningkatkan keterampilan sosial yaitu diantaranya memulai interaksi dengan orang lain dengan sapaan atau senyuman, memberanikan diri untuk berbicara di tengah kelompok dan usahakan agar didengar, mengutarakan ketidaksetujuan dengan baik, apabila mengalami kecemasan sosial dapat berkonsultasi mencari bantuan ke profesional untuk mendapatkan solusi mengatasi masalah ini.³³

5) Meningkatkan kualitas hidup

Kualitas hidup yang rendah karena banyaknya polusi, kebiasaan makan yang tidak sehat, kesibukan yang tinggi, juga kurangnya olah raga bisa menyebabkan gampang sakit dan rentan terhadap paparan virus. Lima kebiasaan yang dapat meningkatkan kualitas hidup yaitu:³⁴

- a) Sarapan dengan menu yang sama setiap hari akan lebih bahagia, tidak pusing dalam memilih menu sarapan.

³²Hendra Sastrawinata, "Pengaruh Kesadaran Diri, Pengaturan Diri, Motivasi, Empati, dan Keterampilan Sosial," *Jurnal Sosialita*, Vol. 1, No. 2, (2011), 6.

³³Dyah Ayu Annisa, "Social Skill: Tips Agar Lebih Mudah Berteman," *satupersen.net*, 4 Agustus 2020, diakses pada 23 April 2021 di laman <https://satupersen.net/blog/social-skill-tips-agar-lebih-mudah-bergaul%20satupersen.net>.

³⁴Siskahero, "Hasil Penelitian, 5 Kebiasaan Harian Ini Dapat Meningkatkan Kualitas Hidup," *koalahero.com*, 6 Agustus 2019, diakses pada 23 April 2021 di laman <https://www.koalahero.com/kebiasaan-untuk-kualitas-hidup/>.

- b) Meluangkan waktu untuk berdiri, duduk yang terlalu lama saat bekerja akan membuat badan kaku dan menimbulkan penyakit tulang, sendi dan sakit kepala.
- c) Melakukan meditasi, cara menenangkan diri ini memiliki efek yang baik untuk membuat jiwa lebih tenang dan nyaman.
- d) Bersyukur dan tertawa, dapat meningkatkan kesehatan jiwa dan membuat terhindar dari stres. Terlalu sibuk membuka sosial media dan melihat kehidupan orang lain kemudian membandingkan kehidupannya akan membuat diri kurang bersyukur.
- e) Matikan *handphone* 30 menit sebelum tidur malam agar tidur nyenyak dan lebih sehat tiap harinya.

c. Tujuan dan Fungsi Pengembangan Diri

Tujuan kegiatan pengembangan diri bagi individu adalah menunjang pendidikan dalam mengembangkan bakat, minat, kreativitas, kompetensi, maupun kebiasaan dalam kehidupan, bersosial, belajar, wawasan, perencanaan karir, memecahkan masalah, dan juga kemandirian. Fungsi dari kegiatan pengembangan diri adalah mengembangkan potensi dalam diri agar terampil dalam mengasah keahlian yang dimiliki sesuai dengan kompetensi.³⁵

³⁵Muchlisin Riadi, "Pengembangan Diri (Pengertian, Tujuan, Fungsi, Bentuk dan Pelaksanaan)," *kajianpustaka.com*, 28 Juni 2020, diakses pada 8 Desember 2020 di laman <https://www.kajianpustaka.com/2020/06/pengembangan-diri.html?m=1>.

5. Analisis Isi (*Content Analysis*)

Analisis isi kualitatif tidak hanya mampu mengidentifikasi pesan-pesan yang tampak, melainkan juga pesan tersembunyi dari sebuah dokumen yang diteliti. Analisis isi mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan *context* (situasi sosial diseperti dokumen atau isi teks yang diteliti), *procces* (bagaimana suatu proses produksi media atau isi pesannya dikreasi secara *actual* dan diorganisasikan secara bersama) dan *emergence* (pembentukan secara bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi) dari dokumen-dokumen yang diteliti.³⁶ Cara kerja pada *content analysis* yaitu peneliti memulai analisis dengan menggunakan kategori-kategori tertentu, mengklasifikasikan data tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik analisis tertentu.³⁷ Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. *Pertama*, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama dalam penelitian. *Kedua*, analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Peneliti menggunakan banyak metode (survei, eksperimen) dan analisis isi menjadi salah satu metode. *Ketiga*, analisis isi dipakai sebagai bahan perbandingan untuk menguji kebenaran dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain (survei, eksperimen, dan sebagainya) dan menggunakan analisis isi untuk mengecek kesimpulan yang dibuat oleh peneliti benar atau tidak.

³⁶Elita Sartika, "Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral dalam Film Berjudul, "Kita Versus Korupsi", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, (2014), 66.

³⁷Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 85.

Melalui analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi.³⁸ Tujuan dari analisis isi yaitu: *Pertama*, untuk menggambarkan karakteristik isi dari suatu pesan, tren, serta perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda, dipakai untuk menguji hipotesis isi pesan yang ditujukan pada khalayak yang berbeda, untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan (misalnya, teknik persuasi). *Kedua*, untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan.³⁹ Adapun pendekatan dalam analisis isi, dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: analisis isi deskriptif hanya sebatas menggambarkan pesan, analisis isi eksplanatif berusaha untuk menguji hubungan di antara variabel, sedangkan analisis isi prediktif ditujukan untuk memprediksi kemunculan suatu variabel yang diperoleh melalui analisis isi dan metode lain (survei, eksperimen) untuk dihubungkan dan dicari keterkaitannya.⁴⁰

³⁸Eriyanto, *Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 10-11.

³⁹Ibid., 33.

⁴⁰Ibid., 46.

BAB III

PROFIL DAN MICROBLOG SATU PERSEN

A. Paparan Data Umum

1. Profil Umum Satu Persen

PT Satu Persen Edukasi (Satu Persen) adalah perseroan terbatas yang bergerak di bidang kesehatan mental yang beralamat di Jakarta Selatan. Satu Persen sah dan didirikan berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia. Satu Persen adalah startup pendidikan yang mengajarkan tentang pengetahuan dan kemampuan penting dalam hidup yang belum diajarkan di sekolah dan masyarakat luas. Satu Persen menawarkan berbagai layanan seputar kesehatan mental dan pengembangan diri, di antaranya Webinar, Kelas *Online*, Mentoring, Konseling, dan *Basic Mental Health Training*. Dengan lebih dari 25 topik Webinar dan Kelas *Online*, lebih dari 40 orang mentor dan psikolog, lebih dari 270 ribu pengguna aktif setiap bulan, serta lebih dari 1 juta pengikut di sosial media, menjadikan Satu Persen sebagai *Life School* terbesar di Indonesia. Satu Persen memiliki jargon setiap orang berhak berkembang, setidaknya 1% setiap hari menuju #HidupSeutuhnya.¹

a. Profil Satu Persen dan Instagram @satupersenofficial

Nama : Satu Persen-Indonesian Life School

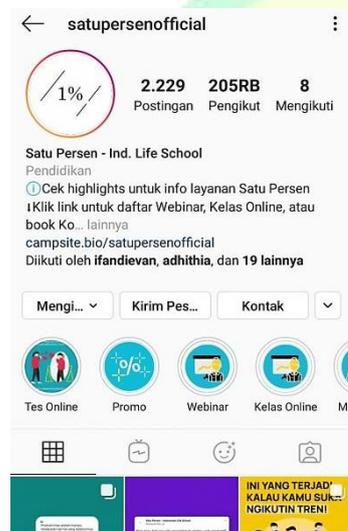
¹Uploader, "Kenalan dengan Kami Yuk!," *satupersen.net*, 2020, diakses pada 22 Maret 2021 di laman <https://satupersen.net-/about>.

Alamat : Jl. Terusan Pejaten Barat II No. 1, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12510

Customer Service : 0877-7163-0283 (Whatsapp)

Email : hello@satupersen.net

Info Kerja Sama : partnership@satupersen.net



Gambar 3.2 Tampilan Profil Instagram Satu Persen²

b. Logo



Gambar 3.3 Logo Satu Persen³

2. Sejarah

Satu Persen bermula dari sebuah *channel* Youtube yang dimiliki oleh *founder* Satu Persen yaitu Ifandi Khainur Rahim. Pada

²Screenshot akun Instagram @satupersenofficial, diambil pada 11 April 2021.

³Uploader, "Beranda," *satupersen.net*, 2020, diakses pada 11 April 2021 di laman <https://satupersen.net/>.

pertengahan tahun 2019, Satu Persen diseriuskan menjadi startup oleh Ifandi Khainur Rahim yang merupakan Founder juga CEO Satu Persen dan Rizky Andriawan yang merupakan Co-Founder serta CTO Satu Persen. Keduanya memiliki keresahan sama, yaitu permasalahan *mental health* dan *self development* di Indonesia. Tujuan besar dari Satu Persen adalah menginginkan semua orang berdaya dengan memiliki *identity aware*, *active problem solver*, dan *growth mindset*. *Identity aware* adalah setiap orang harus dapat mengenal dan tahu dengan dirinya sendiri sehingga bisa memaksimalkan potensi yang dimiliki serta mengetahui perannya di masyarakat. *Active problem solver* adalah setiap orang harus bisa menangani dan mengatasi masalah sendiri maupun di lingkungan secara aktif. *Growth mindset* adalah setiap orang harus mempunyai keinginan untuk terus berkembang dan belajar seumur hidup. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut Satu Persen memiliki kurikulum sendiri yang diturunkan menjadi produk dan layanan utama seperti mentoring, konseling, kelas *online*, webinar, dan tes *online* gratis serta terdapat layanan Satu Creative Agency dan training skill dasar psikologis. Pada bulan November 2019 Satu Persen menjadi *channel* Youtube dengan *growth* tertinggi di dunia.⁴

Nama Satu Persen berawal dari filosofi pada suatu konsep bahwa dalam membuat perubahan yang baik tidak perlu langsung membuat perubahan yang besar. Berproses atau berinvestasi sedikit demi

⁴Ibid.

sedikit setiap hari hingga akhirnya investasi tersebut berbuah dalam jangka panjang. Ketika berproses dan berkembang sedikit demi sedikit meskipun hanya 1% saja setiap harinya, perubahannya tidak dapat langsung dirasakan tetapi dampak perubahannya dapat dirasakan dalam jangka panjang.⁵

3. Layanan Satu Persen

Satu Persen memiliki kurikulum dan pendekatan dalam upaya untuk menangani masalah yang ada, yaitu *fundamental and basic skills, self knowledge, relationship, career, dan bigger meaning and philosophy of life*. Adanya kurikulum ini diharapkan dapat memiliki dampak yang bermanfaat dalam menghadapi masalah di Indonesia serta membuat masyarakat menjadi lebih berdaya. Tujuan sekaligus kurikulum pada Satu Persen di turunkan menjadi layanan-layanan dan produk Satu Persen supaya dapat menyentuh masyarakat secara langsung, diantaranya yaitu:⁶

a. Konten

Satu Persen memiliki media sosial yang di dalamnya terdapat konten yang menarik berfokus pada edukasi isu kesehatan mental, pengembangan diri, dan *life-skills* atau seperti pada kurikulum Satu Persen. Konten tersebut terdapat di beberapa media sosial seperti

⁵Ifandi Khainur Rahim, Omar Wakan, dan Addi Amir, "Filosofi Satu Persen: Satu Persen Lebih Baik Setiap Harinya," Satu Persen-Indonesian Life School, diunggah pada 9 Februari, 2020, video Youtube, 0:10, <https://youtu.be/tRlizWCJNEs>.

⁶Ifandi Khainur Rahim, Omar Wakan, dan Rifky Fauzan, "Apa Itu Satu Persen? (Startup Pendidikan Indonesia)," Satu Persen-Indonesian Life School, diunggah pada 6 Maret, 2020, video Youtube, 02:20, <https://www.youtube.com/watch?v=EXfYJLby-S4>.

Instagram, Facebook, Twitter, Website, Tiktok, Spotify dan Youtube.⁷



Gambar 3.1 Media Sosial Satu Persen⁸

b. Webinar

Webinar Satu Persen adalah kegiatan pembelajaran secara langsung melalui *platform* Zoom bersama mentor dan psikolog Satu Persen.

c. Kelas *Online*

Kelas *Online* Satu Persen adalah kegiatan pembelajaran *online* bersama mentor dan psikolog Satu Persen untuk membantu mengenali dan mengembangkan diri menjadi lebih baik secara praktis dan fleksibel.

d. Mentoring

Layanan Mentoring Satu Persen adalah layanan konsultasi yang diberikan oleh mentoring terlatih Satu Persen yang merupakan lulusan S1 Psikologi yang merupakan mentor terlatih Satu Persen.

⁷ Uploader, “Satu Persen for Media,” *satupersen.net*, 2020, diakses pada 22 Maret 2021 di laman <https://satupersen.net/page/media-relations>.

⁸ Ibid.

Mentoring melayani sesi konsultasi untuk masalah yang bersifat non-klinis. Masalah yang umum dibahas seperti kepercayaan diri, pekerjaan, pertemanan dan keluarga, masa depan, percintaan, pengenalan diri, dan masih banyak masalah lainnya.

e. **Konseling**

Layanan Konseling Satu Persen adalah layanan konsultasi yang diberikan oleh Psikolog yang merupakan lulusan S2 Profesi Psikolog Klinis Dewasa dan memegang izin praktik yang sah. Konsultasi yang diberikan dalam layanan Konseling adalah konsultasi untuk masalah yang bersifat klinis, seperti trauma, depresi, *anxiety*, bipolar, masalah seksualitas, dan berbagai masalah klinis lain.

f. **Basic Mental Health Training**

Basic Mental Health Training adalah pelatihan keterampilan dasar psikologis secara terstruktur yang diberikan oleh psikolog dan mentor Satu Persen, yang dapat diikuti oleh pihak manapun, baik yang berlatar belakang psikologi maupun tidak tidak.⁹

6. Paparan Data Khusus

1. Tampilan dalam *Microblog* Instagram @satupersenofficial

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, *Microblog* pada Instagram @satupersenofficial menampilkan informasi pengembangan diri terdiri dari 7 sampai 10 foto. Judul *microblog* terletak

⁹Uploader, "Press Kit," *satupersen.net*, 2020, diakses pada 22 Maret 2021 dilaman <https://satu-persen.net/page/press>.

pada *Slide* pertama, kemudian pada *Slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang pengenalan topik kemudian isi. *Slide* terakhir pada *microblog* terdapat pertanyaan interaksi kepada *followers* dan *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website untuk mengetahui info terkait produk layanan Satu Persen, memberikan *like*, *share*, komentar, menyalakan notifikasi postingan hingga menyimpan konten agar dapat dibaca di lain hari sebagai penutup pada *Slide* terakhir *microblog*. Desain visual *microblog* bernuansa warna merah, biru, kuning, ungu dan coklat yang menyimbolkan suatu makna. Setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School di atas sebelah kanan. *Hashtag* #HidupSeutuhnya, #CeritaKita, dan #KelasOnline sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak di atas sebelah kiri setiap gambar.

Gambar disertai dengan beberapa ilustrasi yang menggunakan karakter manusia yang menggambarkan ekspresi yang tersirat pada topik setiap tema yang dimuat.¹⁰ Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat. Huruf pada suatu kalimat yang bercetak tebal dan ukuran lebih besar untuk penegasan informasi poin yang penting. Sedangkan untuk penjelasan menggunakan huruf yang lebih tipis dan ukurannya lebih kecil. Jenis huruf yang digunakan yaitu

¹⁰Hasil observasi dokumentasi 12 *microblog* @satupersenofficial bulan Desember 2020.

sans serif agar menarik dan mudah dibaca. *Font* yang digunakan yaitu *Sans – Serif Manrope*.¹¹

2. Isi Informasi Pengembangan Diri pada *Microblog* Instagram @satupersenofficial

a. Meningkatkan Kesadaran Diri

1) Postingan 1 Desember 2020

Microblog dengan Judul *Self-Affirmation* “Ketika kalimat yang kamu ucapkan mampu ‘mengubah’ hidupmu”. *Microblog* ini terdiri dari 8 foto. Judul *microblog* terletak pada *Slide* pertama, kemudian pada *Slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang definisi, manfaat, contoh ungkapan *self-affirmation*, dan dampak positif serta keefektifan dari mempraktikkan *self-affirmation*. *Slide* terakhir pada *microblog* terdapat pertanyaan interaksi kepada *followers* dan *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, memberikan *like*, *share*, komentar, menyalakan notifikasi postingan hingga menyimpan konten agar dapat dibaca di lain hari sebagai penutup pada *Slide* terakhir *microblog*. Desain visual *microblog* bernuansa warna ungu disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-

¹¹Muhammad Nizar Amin, “Perancangan Infografis Perilaku Manusia dalam Media Promosi Instagram PT. Satu Persen Edukasi,” (Kerja Praktik, Universitas Dinamika, Surabaya), 19.

Indonesian Life School dan *hashtag #HidupSeutuhnya* sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.¹²

Deskripsi isi dari *microblog* Judul *Self-Affirmation* “Ketika kalimat yang kamu ucapkan mampu ‘mengubah’ hidupmu”. Gambar pertama menjelaskan judul *Self-Affirmation*. Kemudian terdapat keterangan judulnya yaitu “Ketika kalimat yang kamu ucapkan mampu mengubah hidupmu”. Disertai ilustrasi penjas seorang wanita sedang bercermin dan berkata “Aku cantik, setidaknya bagi diriku sendiri.” Disebelah kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua menjelaskan definisi *self-affirmation* secara bahasa. *Self* berarti diri sedangkan *affirmation* artinya penguatan/ penugasan, sehingga *self-affirmation* dapat dikatakan sebagai suatu bentuk penguatan diri. Disertai ilustrasi penjas dan di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan berikutnya.

Gambar ketiga, menunjukkan penjelasan yang dimaksud penguatan diri yaitu mengulang pengucapan suatu pernyataan secara terus menerus guna meyakinkan diri sendiri

¹²Hasil observasi dokumentasi 01/D/IV/2021.

bahwa pernyataan itu benar. Contohnya mengatakan kalimat positif pada diri seperti “Aku tekun belajar, gigih berusaha, dan gak kalah pintar. Aku pasti bisa!” Sehingga kalimat tersebut dapat tertanam dalam pikiran. Gambar disertai ilustrasi penjelas terdapat seorang wanita seperti sedang melakukan penguatan diri pada pikirannya.

Gambar keempat berisi penjelasan bahwa kata-kata positif yang diucapkan secara berulang dapat tertanam dalam pikiran dan kemudian dapat menggerakkan diri untuk melakukan aksi sesuai dengan yang dipikirkan. Manfaat *self-affirmation* dalam jangka panjang yaitu dapat menurunkan tingkat stres, kecemasan, dan depresi. Dapat memotivasi diri untuk melakukan aksi atau kegiatan. Dapat membantu menyembuhkan luka batin yang dimiliki. Dapat membantu meningkatkan rasa percaya diri, *self-esteem*, dan *self-love*. Gambar disertai ilustrasi penjelas dari manfaat *self-affirmation*.

Gambar kelima berisi contoh ungkapan *self-affirmation* yang dapat dipraktikkan yaitu, “aku mencintai diriku apa adanya”, “Kegagalan di masa lalu gak menentukan keberhargaan diriku”, “Aku berhak dicintai oleh diri sendiri dan orang lain”, “Aku pasti bisa meraih semua impianku”. Gambar disertai ilustrasi seorang sedang mempraktikkan *self-affirmation* pada dirinya. Gambar keenam berisi informasi hal-

hal yang perlu diperhatikan saat mempraktikkan *self-affirmation* agar mendapatkan hasil yang efektif yaitu, kata-kata yang diucapkan bersifat positif, melakukan secara berulang dan teratur. Gambar disertai ilustrasi seorang sedang mempraktikkan *self-affirmation* pada dirinya.

Gambar ketujuh kelanjutan dari penjelasan sebelumnya hal yang perlu diperhatikan selanjutnya adalah melakukan *self-affirmation* dalam keadaan *mindful* atau kesadaran penuh. Lakukan dalam kondisi diri yang positif dan penuh kepercayaan untuk mempercayai kekuatan kalimat afirmasi agar tertanam dalam pikiran. Gambar disertai ilustrasi seorang sedang mempraktikkan *self-affirmation* pada dirinya. Gambar terakhir pada *microblog* terdapat pertanyaan interaksi kepada *followers* dan *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, memberikan *like*, *share*, komentar, menyalakan notifikasi postingan hingga menyimpan konten agar dapat dibaca di lain hari sebagai penutup pada *Slide* terakhir *microblog*.¹³

2) Postingan 14 Desember 2020

Microblog dengan judul “Sibuk Mengejar Target Kerjaan Akhir Tahun Bikin Kamu Burnout?”. *Microblog* ini

¹³Lihat transkrip dokumentasi 01/D/IV/2021.

terdiri dari 10 foto. Judul *microblog* terletak pada *Slide* pertama, kemudian pada *Slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang pengertian, gejala, penyebab, dan cara mengatasi burnout. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, komentar dan promosi layanan konsultasi satu persen sebagai penutup pada *Slide* terakhir *microblog*. Desain visual *microblog* bernuansa warna ungu disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-*Indonesian Life School* dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.¹⁴

Deskripsi isi dari *microblog* Judul “Sibuk Mengejar Target Kerjaan Akhir Tahun Bikin Kamu *Burnout*?”. Gambar pertama merupakan judul dari *microblog* yaitu Sibuk Mengejar Target Kerjaan Akhir Tahun Bikin Kamu *Burnout*?. Gambar disertai ilustrasi seorang seperti sedang mengalami fase *burnout* yang tergambar dari api dan kesibukan serta kalender menunjukkan bulan Desember atau akhir tahun dan di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan

¹⁴Hasil observasi dokumentasi 02/D/IV/2021.

berikutnya. Gambar kedua berisi pengenalan topik, situasi dan keadaan saat akhir tahun ada yang menyambut dengan gembira karena akan segera berlibur. Ada yang menyambut dengan sedih karena sibuk mengejar target pekerjaan yang tak mustahil jika mengalami *burnout*. Gambar ketiga berisi penjelasan definisi dari *burnout* yaitu kondisi stres yang disebabkan oleh tekanan psikologis. Penyebabnya dapat berasal dari berbagai hal seperti tenggat waktu pekerjaan, tugas sekolah, kewajiban organisasi, dan lain sebagainya yang bisa dihadapi siapa saja. Gambar keempat menjelaskan gejala emosional yang dirasakan ketika kamu mengalami *burnout* yaitu tidak bersemangat kerja, kinerja yang menurun, dan mudah tersulut amarah. Gambar kelima berisi penjelasan gejala fisik yang dirasakan ketika mengalami kondisi *burnout* yaitu merasa lelah dan lemas, nafsu makan menurun, sakit kepala dan nyeri otot, sulit tidur, mudah terserang penyakit. Gambar keenam berisi berbagai penyebab *burnout* yaitu adanya ketidakseimbangan antara waktu kerja dan kehidupan pribadi, pekerjaan yang terlalu monoton atau dinamis, kurangnya dukungan dari orang terdekat, dinamika tempat kerja yang buruk, dan sebagainya.

Gambar ketujuh dan kedelapan berisi hal-hal yang dapat dilakukan ketika mengalami *burnout* yaitu dengan

mencari tahu penyebabnya, menjaga keseimbangan hidup, mengatur ekspektasi agar realistis, menyampaikan kondisi diri kepada rekan atau atasan agar dapat membantu mengurangi pekerjaan atau membantu mengatasi *burnout* yang sedang dialami. Gambar kesembilan berisi saran dalam menghadapi fase ini yaitu jangan terburu-buru menjejakan pekerjaan tetap mengambil waktu untuk beristirahat sesuai yang dibutuhkan. Serta terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, dan informasi layanan konsultasi satu persen sebagai penutup pada *Slide* terakhir *microblog*.¹⁵

3) Postingan 21 Desember 2020

Microblog dengan judul “Kenapa Gen Z Gampang Stres Menghadapi *Quarter Life Crisis*?”. *Microblog* ini terdiri dari 9 foto. Judul *microblog* terletak pada *slide* pertama, kemudian pada *slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang penyebab, cara melewati fase *quarter life crisis* dengan baik, dan *quote* motivasi serta terdapat pertanyaan untuk berinteraksi dengan *followers*. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, promosi dan

¹⁵Lihat transkrip dokumentasi 02/D/IV/2021.

memberi komentar. Desain visual *microblog* bernuansa warna kuning disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-*Indonesian Life School* dan *hashtag #HidupSeutuhnya* sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.¹⁶

Deskripsi isi dari *microblog* judul “Kenapa Gen Z Gampang Stres Menghadapi *Quarter Life Crisis*?”. Gambar pertama berisi judul Kenapa Gen Z Gampang Stres Menghadapi *Quarter Life Crisis*? serta terdapat ilustrasi seorang dengan ekspresi sedih yang meneteskan air mata menggambarkan sedang mengalami *quarter life crisis*. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua berisi informasi yang menggambarkan kehidupan Gen Z yang tumbuh di era digital dan internet yang mana menguntungkan. Namun di sisi lain, menjadikan bingung dengan banyaknya pilihan yang ada. Gambar ketiga memaparkan *quarter life crisis* dapat dipicu oleh terlalu banyak menghabiskan waktu di sosial media membuat Gen Z merasa rendah diri bahkan mengalami

¹⁶Hasil observasi dokumentasi 06/D/IV/2021.

gangguan kecemasan. Gambar keempat berisi informasi yang menjelaskan berbagai dilema yang dialami dalam fase *quarter life crisis* seperti menentukan pilihan hidup, memperhitungkan ekspektasi orang lain dalam mengambil keputusan, menentukan makna hidup, merasa pertemanan mulai “mengerucut”, tuntutan untuk memiliki pasangan hidup.

Gambar kelima, keenam, dan ketujuh berisi pemaparan informasi terkait beberapa cara yang bisa diterapkan saat menghadapi fase *quarter life crisis* yaitu setiap orang mempunyai kemampuan dan jalan hidup masing-masing jadi tidak perlu membandingkan diri dengan orang lain, bingung dengan masa depan bukan berarti tidak punya masa depan, fokus dengan yang dilakukan saat ini dan mengerjakan hal itu sebaik mungkin. Dengan begitu, dapat menuai hasil yang setimpal di masa depan. Gambar kedelapan berisi saran dan penjelasan bahwa mengontrol diri dan membatasi penggunaan media sosial untuk hal-hal yang membuat resah dan *insecure* sehingga tidak perlu stres mengenai hal ini. Karena *quarter life crisis* tidak selalu buruk dan dapat membantu untuk menggali potensi diri. Serta terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar kesembilan atau terakhir ini juga terdapat *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, dan informasi untuk

mengikuti Webinar Satu Persen “Mengenal Quarter Life Crisis dan Pemicunya” sebagai penutup *microblog*.¹⁷

b. Meningkatkan Pengetahuan Diri

1) Postingan 7 Desember 2020

Microblog dengan judul “Sebuah Surat Untukmu yang Terlenu Me-Time dan Self-Love”. *Microblog* ini terdiri dari 7 foto. Judul *microblog* terletak pada *Slide* pertama, kemudian pada *Slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang fenomena self-love, cara melakukan self-love dengan benar, dan *quote* serta pertanyaan untuk berinteraksi dengan *followers*. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website dan promosi layanan konseling atau mentoring pada Satu Persen. Desain visual *microblog* bernuansa warna biru disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin

¹⁷Lihat transkrip dokumentasi 06/D/IV/2021.

penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.¹⁸

Deskripsi isi dari microblog Judul “Sebuah Surat Untukmu yang Terlenu *Me-Time* dan *Self-Love*”. Gambar pertama berisikan judul Sebuah Surat Untukmu yang Terlenu *Me-Time* dan *Self-Love*. Gambar disertai ilustrasi seorang seperti sedang terlenu *me-time* dan *self-love* karena terlihat sedang melihat *handphone* hingga larut malam dan mengabaikan tanggung jawab untuk mengerjakan tugas yang tergambar pada tumpukan kertas di atas dan samping meja. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua berisi penjelasan mengenai isi pembahasan ini jarang sekali ada konten yang mengungkapkan *me-time* dan *self-love* dalam kadar tertentu dapat membuat tidak produktif. Gambar ketiga menyebutkan bahwa dengan dalih *me-time* dan *self-love* yang berlebihan akan membuat diri memilih lari dari tanggung jawab dan tidak produktif.

Gambar keempat berisi cara mengendalikan dari mencintai diri dan *me-time* berlebihan yaitu dengan mengontrol diri yang baik sesuai dengan kebutuhan jiwa dan raga. Gambar kelima berisi penjelasan bahwa waktu *me-time* yang efektif berlangsung selama 30 menit dalam sehari, agar

¹⁸Hasil observasi dokumentasi 03/D/IV/2021.

dapat membantu menyegarkan pikiran dan dapat bekerja lebih efektif. Gambar keenam berisi saran dan penjelasan bahwa segala yang berlebihan tidak baik. Terlenu dalam *self-love* dan *me-time* akan membuat diri merasa ‘aman’ dan ‘nyaman’ sementara. Serta terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, dan informasi layanan konsultasi satu persen sebagai penutup pada *Slide* terakhir *microblog*.¹⁹

2) Postingan 8 Desember 2020

Microblog dengan judul “Tips Mengelola Waktu Selama Beraktivitas Di Rumah”. *Microblog* ini terdiri dari 9 foto. Judul *microblog* terletak pada *Slide* pertama, kemudian pada *Slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang pengalaman dan kegiatan di rumah selama pandemi, cara mengelola waktu selama beraktivitas dari rumah agar dapat beraktivitas secara efektif, dan pertanyaan ajakan untuk berkomentar menceritakan cara mengelola waktu. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website. Desain visual *microblog* bernuansa warna biru disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo

¹⁹Lihat transkrip dokumentasi 03/D/IV/2021.

yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.²⁰

Deskripsi isi dari *microblog* Judul “Tips Mengelola Waktu Selama Beraktivitas Di Rumah”. Gambar pertama berisi judul Tips Mengelola Waktu Selama Beraktivitas Di Rumah terdapat ilustrasi menggambarkan seorang sedang mengerjakan aktivitas pekerjaan di rumah. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua berisi penjelasan situasi dan kondisi sesuai dengan keadaan seperti melakukan pekerjaan atau sekolah dari rumah hingga tanpa ingat waktu ataupun sebaliknya. Gambar ketiga menjelaskan bahwa pentingnya mengelola waktu sehingga dapat membagi waktu untuk bekerja atau belajar, istirahat, dan menjalani kehidupan pribadi.

Gambar keempat, kelima, keenam, dan ketujuh menjabarkan penjelasan mengenai cara mengelola waktu selama beraktivitas dari rumah yaitu membuat jadwal kegiatan, mengerjakan tugas sesuai prioritas, melakukan self-

²⁰Hasil observasi dokumentasi 04/D/IV/2021.

monitoring, dan membuat batasan waktu agar dapat beristirahat cukup. Gambar kedelapan *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, dan informasi layanan untuk mengikuti webinar tentang manajemen waktu agar lebih produktif dari Satu Persen sebagai penutup pada *slide* terakhir *microblog*.²¹

c. Mengembangkan Kemampuan Dan Potensi Diri

1) Postingan 29 Desember 2020

Microblog dengan Judul “Pokoknya, Rencanaku Di Tahun 2021 Harus Lancar!”. *Microblog* ini terdiri dari 8 foto. Judul *microblog* terletak pada *Slide* pertama, kemudian pada *Slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang definisi, manfaat, contoh deskripsi, tips dan manfaat. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi promosi layanan konseling atau mentoring *call to action* berupa ajakan untuk komentar sebagai penutup pada *Slide* terakhir *microblog*. Desain visual *microblog* bernuansa warna biru disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School dan *hashtag* #KelasOnline sesuai dengan isi

²¹Lihat transkrip dokumentasi 04/D/IV/2021.

informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.²²

Deskripsi isi dari *microblog* judul “Pokoknya, Rencanaku Di Tahun 2021 Harus Lancar!”. Gambar pertama berisi judul “Pokoknya, Rencanaku Di Tahun 2021 Harus Lancar!” serta terdapat ilustrasi seorang sedang melihat kembang api yang menunjukkan tahun baru dan terdapat gambaran angan-angan yang akan dilakukan kedepannya. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua berisi tentang gambaran menyambut tahun baru dengan menyiapkan perencanaan. Gambar ketiga memaparkan tips melakukan perencanaan hidup agar mendapatkan hasil yang efektif yaitu mencari tahu keinginanmu, menentukan prioritas, membuat tujuan “kecil” dari keinginanmu kemudian menentukan *action plan* sederhana untuk mencapai tujuan kecil tersebut. Gambar keempat berisi informasi manfaat yang di dapat dari merencanakan hidup yaitu hidup lebih terarah, memiliki sikap lebih disiplin, mengetahui prioritas hidup, dan memiliki waktu yang lebih teratur. Gambar kelima menginformasikan terkait layanan kelas *online* Satu Persen yang dapat membantu merencanakan

²²Hasil observasi dokumentasi 07/D/IV/2021.

hidup. Gambar keenam menjelaskan tentang manfaat yang didapat setelah mengikuti kelas *online* yaitu mengenal *personal value*, mengetahui cara menentukan tujuan hidup dan tips untuk membuat rencana hidup. Gambar ketujuh menjelaskan hal yang di dapat setelah mengikuti kelas *online* yaitu mendapatkan psikotest, *personalized worksheet*, kelas yang bisa diakses dan ditonton ulang, materi, *e-certificate*, diskon 3% untuk layanan Satu Porsen lainnya. Gambar kedelapan memberi informasi harga kelas *online*.²³

2) Postingan 31 Desember 2020

Microblog dengan judul “Kamu yang Belum Punya Tujuan Hidup, Harap Hati-Hati!”. *Microblog* ini terdiri dari 8 foto. Judul *microblog* terletak pada *slide* pertama, kemudian pada *slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang penjelasan tujuan hidup, manfaat, dampak ke diri apabila hidup tanpa tujuan yang jelas, tips mengetahui tujuan dan rencana. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, promosi dan komentar. Desain visual *microblog* bernuansa warna ungu disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Porsen-

²³Lihat transkrip dokumentasi 07/D/IV/2021.

Indonesian Life School dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.²⁴

Deskripsi isi dari *microblog* judul “Kamu yang Belum Punya Tujuan Hidup, Harap Hati-Hati!”. Gambar pertama berisi judul “Kamu yang Belum Punya Tujuan Hidup, Harap Hati-Hati!” serta terdapat ilustrasi seorang sedang berjalan di pinggir tebing yang apabila tidak memiliki tujuan hidup akan terjatuh pada jurang sebagai penggambaran judul untuk berhati-hati. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua berisi penjelasan bahwa dalam ilmu Psikologi tujuan hidup berkaitan dengan *Self-Determination Theory*, dikatakan bahwa manusia harus memiliki “*purpose*” atau tujuan hidup.

Gambar ketiga berisi informasi definisi dari tujuan adalah hal yang menjadi kebutuhan psikologis manusia untuk melakukan sesuatu yang bermakna bagi orang lain. Seseorang dikatakan memiliki tujuan hidup ketika ia memiliki tujuan yang bermakna dalam hidupnya, baik bermanfaat untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Gambar keempat menggambarkan

²⁴Hasil observasi dokumentasi 08/D/IV/2021.

ketika sudah mengetahui manfaat memiliki tujuan hidup maka dapat mengembangkan kemampuan dan mendapat kesempatan emas. Gambar kelima berisi informasi dampak hidup tanpa tujuan yang jelas yaitu hidup tanpa arah, mencoba segala hal tanpa ada spesifikasi, motivasi hidup semakin surut.

Gambar keenam menjelaskan tips agar memiliki tujuan hidup yang jelas yaitu memilih aktivitas yang digemari, mempelajari lebih dalam, mempunyai kontrol atas diri sendiri. Gambar ketujuh merupakan kesimpulan yaitu dengan mengetahui tujuan dan rencana hidup, maka akan mendapatkan kesempatan emas yang bisa membantumu menuju tangga kesuksesan. Serta terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar kedelapan atau terakhir ini juga terdapat *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, dan informasi untuk mengikuti kelas *online* Satu Persen “Memahami dan Merencanakan Tujuan Hidup” sebagai penutup *microblog*.²⁵

3) Postingan 4 Desember 2020

Microblog dengan Judul “Sudahkah Kamu Menemukan Passion-mu?”. *Microblog* ini terdiri dari 8 foto.

Judul *microblog* terletak pada *slide* pertama, kemudian pada

²⁵Lihat transkrip dokumentasi 08/D/IV/2021.

slide foto selanjutnya menjelaskan tentang definisi passion, perbedaan passion dengan hobi, manfaat serta pentingnya memiliki passion, dan tips menemukan passion. *Slide* terakhir pada *microblog* terdapat quote berisi kesimpulan dari penjelasan dan *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, memberikan *like*, *share*, komentar hingga menyimpan konten agar dapat dibaca di lain hari sebagai penutup pada *slide* terakhir *microblog*. Desain visual *microblog* bernuansa warna merah disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-*Indonesian Life School* dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.²⁶

Deskripsi isi dari *microblog* judul “Sudahkah Kamu Menemukan Passion-mu?”. Gambar pertama berisi judul Sudahkah Kamu Menemukan Passion-mu? terdapat ilustrasi menggambarkan berbagai *passion*. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua berisi penjelasan mengenai makna *passion* yaitu bukan sekedar hobi melainkan hasrat sangat kuat yang dimiliki

²⁶Hasil observasi dokumentasi 05/D/IV/2021.

seseorang terhadap suatu hal. Seseorang rela melakukan sesuatu meski bersusah payah menginvestasikan waktu, tenaga, dan pikiran yang ia miliki untuk *passion*. Gambar ketiga memaparkan perbedaan *passion* dan hobi. *Passion* merupakan sesuatu yang kita “jiwai”, berdampak kepada diri sendiri dan orang lain, umumnya dapat menghasilkan uang, akan ada dalam jangka waktu yang lama. Sedangkan hobi hanya sekedar melepas stres, hanya berdampak pada diri sendiri, umumnya kerap menghabiskan uang, bisa berganti dalam waktu cepat. Gambar keempat berisi pentingnya memiliki *passion* yaitu manfaatnya di antara lain menambah semangat hidup, membuat diri menjadi lebih kuat tidak mudah menyerah terhadap segala tantangan, membuat hidup menjadi lebih berarti. Gambar kelima, keenam, dan ketujuh memaparkan tips menemukan *passion* yaitu memahami dan mengenali diri sendiri, mengeksplorasi banyak hal, dan tidak mudah menyerah maupun cepat mengambil kesimpulan maka dari itu tetap tekuni hal tersebut. Gambar kedelapan berisi saran dan penjelasan *passion* saja tidak cukup oleh karena itu perlu dalam hidup untuk menjalani hal lain, mungkin yang kurang kamu senangi. *Passion* yang berkembang dan terarah dapat menjadikan diri lebih baik setiap harinya. Serta terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar,

membagikan, menyukai, hingga menyimpan. Gambar terakhir ini juga terdapat *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, dan informasi Podcast Satu Persen terkait *passion* sebagai penutup pada *microblog*.²⁷

d. Meningkatkan Kemampuan Sosial

1) Postingan 6 Desember 2020

Microblog dengan judul “Ketua Organisasi Tapi Sulit Bersosialisasi”. *Microblog* ini terdiri dari 10 foto. Judul *microblog* terletak pada *slide* pertama, kemudian pada *slide* foto selanjutnya berisi tentang cerita dari perseners (*followers*) dan saran dari mentor untuk mengatasi masalah. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website. Desain visual *microblog* bernuansa warna kuning disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School dan *hashtag* #CeritaKita sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.²⁸

²⁷Lihat transkrip dokumentasi 05/D/IV/2021.

²⁸Hasil observasi dokumentasi 09/D/IV/2021.

Deskripsi isi dari *microblog* judul “Ketua Organisasi Tapi Sulit Bersosialisasi”. Gambar pertama berisi judul “Ketua Organisasi Tapi Sulit Bersosialisasi” serta terdapat ilustrasi penggambaran seorang ketua yang sulit bersosialisasi sesuai dengan judul. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua, ketiga dan keempat berisi cerita yang dikirim dari kisah yang dialami Perseners (sebutan untuk *followers* Satu Persen). Gambar kelima, keenam, ketujuh, kedelapan dan kesembilan berisi saran dari mentor Satu Persen yaitu menerima kondisi diri, yakin bahwa dirimu adalah pengendali pikiranmu, fokus pada hal-hal yang bisa dikendalikan, mencari tahu apakah yang dipikirkan terbukti benar atau tidak, memikirkan suatu hal dari sudut pandang lebih positif, belajar bersosialisasi. Gambar kesepuluh terdapat *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website.²⁹

2) Postingan 15 Desember 2020

Microblog dengan judul “Jangan Sembarangan Bilang Orang Lain Ansos!”. *Microblog* ini terdiri dari 10 foto. Judul *microblog* terletak pada *Slide* pertama, kemudian pada *Slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang definisi, cara

²⁹Lihat transkrip dokumentasi 09/D/IV/2021.

psikolog mengklasifikasi gangguan kepribadian anti sosial, ciri-ciri, penyebab, serta saran. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, komentar dan promosi mentoring, kelas *online*, dan webinar. Desain visual *microblog* bernuansa warna kuning disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.³⁰

Deskripsi isi dari *microblog* judul “Jangan Sembarangan Bilang Orang Lain Ansos!”. Gambar pertama berisi judul “Jangan Sembarangan Bilang Orang Lain Ansos!” serta terdapat ilustrasi seperti orang memakai topeng menyembunyikan raut wajah aslinya. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua berisi penjelasan dalam ilmu Psikologi murujuk pada gangguan kepribadian anti sosial adalah suatu gangguan kepribadian yang menyebabkan penderitanya berperilaku

³⁰Hasil observasi dokumentasi 10/D/IV/2021.

menyimpang dari norma yang ada, sehingga dapat membahayakan diri sendiri dan orang lain.

Gambar ketiga memaparkan klasifikasi gangguan kepribadian anti sosial ke dalam dua kondisi yaitu psikopatik dan sosiopatik. Psikopat (orang yang mengalami kondisi psikopatik) dan sosiopat (orang yang mengalami kondisi sosiopatik) merupakan tipe orang yang dapat menipu dan bersikap manipulatif ke orang lain. Perbedaannya yaitu psikopat tidak dapat membedakan hal yang benar dan salah serta tidak memiliki rasa takut. Sedangkan sosiopat bisa merasakan takut dan mampu membedakan hal yang benar dan salah namun cenderung tidak peduli. Gambar keempat berisi ciri-ciri seseorang yang mengalami gangguan kepribadian anti sosial yaitu tidak bisa membedakan hal yang benar dan salah, tidak memiliki empati, bersikap manipulatif untuk keuntungan pribadi, sombong dan merasa lebih unggul dibanding orang lain, sering melukai orang lain dengan sengaja, dan tidak segan melakukan tindakan bahaya yang berlawanan hukum.

Gambar kelima memaparkan terkait pemicu gangguan kepribadian anti sosial yaitu faktor genetik, kondisi kehidupan yang dijalani, dan perubahan pada cara fungsi otak. Gambar keenam dan ketujuh berisi saran yaitu jika mengalami gangguan kepribadian anti sosial segera untuk berkonsultasi

ke psikolog atau psikiater agar mendapat pengangan yang tepat. Gambar ketujuh terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar kedelapan berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website untuk mendapatkan informasi terkait konsultasi dengan psikolog Satu Persen. Gambar kesembilan dan kesepuluh berisi informasi *flash sale week* untuk menggunakan produk layanan Satu Persen.³¹

e. Meningkatkan Kualitas Hidup

1) Postingan 17 Desember 2020

Microblog dengan judul “Slacktivism” Aktivitas semu di media sosial yang bisa mempengaruhi kesehatan mentalmu. *Microblog* ini terdiri dari 10 foto. Judul *microblog* terletak pada *Slide* pertama, kemudian pada *slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang definisi, manfaat, dampak buruk dan tips ketergantungan media sosial. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website, memberikan *like*, *share* dan komentar memberikan opini. Desain visual *microblog* bernuansa warna kuning disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten

³¹Lihat transkrip dokumentasi 10/D/IV/2021.

kreator. Terdapat logo Satu Persen-*Indonesian Life School* dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.³²

Deskripsi isi dari *microblog* judul Slacktivism “Aktivitas semu” di media sosial yang bisa mempengaruhi kesehatan mentalmu. Gambar pertama berisi judul Slacktivism “Aktivitas semu” di media sosial yang bisa mempengaruhi kesehatan mentalmu. Serta terdapat ilustrasi seperti orang sedang menggunakan media sosial. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua memaparkan terkait platform media sosial dan fitur di dalamnya. Gambar ketiga berisi informasi penjelasan *slactivism*. *Slack* berarti malas dan *activism* berarti aktivitas. *Slactivism* adalah aktivitas atau partisipasi sosial yang dilakukan secara digital. Contohnya seperti *Like*, *retweet*, *share*, dan penandatanganan petisi *online*. *Slactivism* dapat mempermudah dalam berinteraksi maupun berjualan. Namun dalam kadar tertentu *slactivism* bisa mengancam kesehatan.

Gambar keempat berisi penjelasan tentang terjalannya hubungan semu karena berbagai aktivitas di media

³²Hasil observasi dokumentasi 11/D/IV/2021.

sosial sekilas dapat membuat merasa selalu mempunyai teman. Namun, itu dapat juga membuat merasa hampa karena tidak memiliki pertemanan yang nyata. Gambar kelima berisi penjelasan bahwa *slactivism* akan berdampak buruk jika berlebihan dan terlalu menggantungkannya. Gambar keenam memaparkan berbagai dampak buruk ketergantungan media sosial yaitu menyebabkan sulit tidur hingga insomnia, menyebabkan rasa lelah yang berlebih, sulit fokus, emosi tidak stabil, meningkatkan stres, menyebabkan gangguan mata, menyebabkan sikap cuek terhadap orang lain, dan mengganggu kesehatan mental bahkan bisa menyebabkan depresi.

Gambar ketujuh dan kedelapan berisi tips mengatasi ketergantungan media sosial yaitu membatasi penggunaan media sosial, mengalihkan perhatian dari gawai ke kegiatan yang lebih bermakna, dan memperbanyak interaksi di kehidupan nyata. Gambar kesembilan berisi saran dan pernyataan bahwa bukan media sosial ataupun *slactivism* yang salah. Jika digunakan secara tepat akan mempermudah kehidupan di era modern. Kamulah yang perlu mengontrol diri dalam menggunakan media sosial. Serta di dalamnya terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar kesepuluh berisi *call to action* berupa ajakan untuk

mengunjungi website untuk mendapatkan informasi terkait konsultasi dengan mentor Satu Persen.³³

2) Postingan 25 Desember 2020

Microblog dengan judul “Ternyata Buat Jadi Bahagia Bisa Dipelajari, Loh!”. Mengenal “The Science of Happiness”. *Microblog* ini terdiri dari 9 foto. Judul *microblog* terletak pada *slide* pertama, kemudian pada *slide* foto selanjutnya menjelaskan tentang definisi, faktor yang mempengaruhi kebahagiaan manusia, langkah untuk melatih diri agar bahagia dan saran. *Slide* terakhir pada *microblog* berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website dan memberikan komentar. Desain visual *microblog* bernuansa warna coklat disertai setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School dan *hashtag* #HidupSeutuhnya sesuai dengan isi informasi pada *microblog* yang terletak diatas setiap gambar. Informasi dipaparkan dengan penjelasan poin-poin penting secara singkat dan padat disertai dengan beberapa ilustrasi.³⁴

Deskripsi isi dari *microblog* judul “Ternyata Buat Jadi Bahagia Bisa Dipelajari, Loh!”. Mengenal “*The Science of*

³³Lihat transkrip dokumentasi 11/D/IV/2021.

³⁴Hasil observasi dokumentasi 12/D/IV/2021.

Happiness". Gambar pertama berisi judul Ternyata Buat Jadi Bahagia Bisa Dipelajari, Loh! Mengenal "*The Science of Happiness*". Serta terdapat ilustrasi seperti orang sedang mempelajari bahagia tergambar dari buku yang sedang dibaca. Di kanan bawah terdapat ajakan untuk membaca *Slide* penjelasan berikutnya. Gambar kedua menjelaskan tentang kebahagiaan dalam ilmu Psikologi yang memiliki nama lain hedonia didefinisikan sebagai kondisi diri seseorang dipenuhi oleh emosi positif dan tidak ada emosi negatif sama sekali. Gambar ketiga memberikan informasi bahwa adanya filosofi psikologi kebahagiaan manusia bisa belajar untuk merasa bahagia. Mengubah cara pandang untuk berpikir lebih positif dan memahami bahwa ada sisi cerah dalam kehidupan.

Gambar keempat berisi faktor yang dapat mempengaruhi kebahagiaan seseorang yaitu tipe kepribadian, emosi positif dan negatif dalam diri, sikap terhadap kondisi fisik, kelas sosial dan tingkat kekayaan, hubungan dan kedekatan dengan orang lain, tujuan hidup dan *self-efficacy*, serta waktu dan tempat seseorang berada. Jika seluruh faktor tersebut ada dalam kondisi baik, maka kemungkinan besar akan merasa bahagia. Gambar kelima, keenam, dan ketujuh berisi tips yang dapat dilakukan untuk melatih diri agar bahagia yaitu mengelola sikap perfeksionis, membandingkan

diri dengan orang lain secara sehat, dan jangan menggantungkan kebahagiaan pada hal-hal eksternal. Gambar kedelapan berisi saran bahwa pada praktiknya, kamu hanya perlu melatih diri untuk selalu berpikir positif, bersyukur, dan foku mengembangkan diri supaya bisa merasa bahagia. Serta di dalamnya terdapat *call to action* berupa ajakan untuk memberikan komentar. Gambar kesembilan berisi *call to action* berupa ajakan untuk mengunjungi website untuk mendapatkan informasi terkait konsultasi dengan mentor Satu Persen.³⁵



³⁵Lihat transkrip dokumentasi 12/D/IV/2021.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Tampilan Microblog @Satupersenofficial

Konsep media informasi yang digunakan adalah *microblog*. Konsep ini akan lebih memfokuskan penyampaian informasi yang akan disampaikan secara singkat, jelas, dan mudah dipahami. Berdasarkan teori Desain Komunikasi Visual, bentuk-bentuk informasi yang ditampilkan pada *microblog* ini dikelompokkan menjadi lima bagian sesuai dengan teori elemen desain komunikasi visual, yaitu:

1. Tipografi

Bahasa untuk mengkomunikasikan ide, cerita dan informasi sehingga tipografi sebagai elemen kunci digunakan agar penjelasan dapat mudah dibaca.¹ Secara keseluruhan teks *microblog* pada akun @satupersenofficial menggunakan jenis huruf *sans serif* yaitu bentuk huruf yang tidak memiliki kait, tegas, bertangkai tebal, sederhana dan lebih mudah dibaca.² Font yang digunakan yaitu *Sans-Serif Manrope*.³ Ukuran huruf yang lebih besar dan tebal digunakan sebagai penekanan informasi dan ukuran huruf yang lebih kecil dan tipis sebagai penjelasan. Contoh pada *cover microblog*

¹Mariah Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 31._

²Ibid., 33.

³Muhammad Nizar Amin, "Perancangan Infografis Perilaku Manusia dalam Media Promosi Instagram PT. Satu Persen Edukasi," (Kerja Praktik, Universitas Dinamika, Surabaya), 19.

dengan judul “Self-Affirmation”, terlihat pada tulisan *self-affirmation* berukuran besar dan lebih tebal sebagai bentuk penekanan. Kalimat selanjutnya di bawah judul sebagai kalimat penjelas “Ketika kalimat yang kamu ucapkan mampu ‘mengubah’ hidupmu” berukuran lebih kecil dan tipis”. Gambar kedua mengenai pengenalan topik, yaitu pada kalimat “Mungkin istilah Self-Affirmation terdengar asing bagimu. Namun, tahukah kamu bahwa *Self-Affirmation* ini sudah dikenal maupun dipraktikkan dalam bidang *self-help* dan *self-therapy* secara luas? Nah untuk membantu kamu mencerna apa yang dimaksud dengan *Self-Affirmation*, yuk kita kenali satu-persatu makna katanya” menggunakan variasi huruf *manrope light* atau tipis. Pada bagian kalimat “*Self* = Diri, *Affirmation* = Penguatan/Penegasan” menggunakan huruf tebal yang memberikan efek lebih mencolok dan tegas. Adanya penggabungan huruf tebal dan tipis agar terlihat lebih kontras untuk memudahkan pembaca membaca hasil desain.⁴

2. **Symbolisme**

Setiap gambar memiliki simbol atau logo yang menandakan identitas pencipta sebagai hak cipta konten kreator. Secara keseluruhan *microblog* pada akun *@satupersenofficial* menggunakan simbol berupa logo yang mencerminkan dari sebuah

⁴Lihat transkrip dokumentasi, 01/D/IV/2021.

perusahaan. Logo PT. Satu Persen Edukasi, yang terletak pada *microblog* di sebelah kanan atas. Logo angka 1% yang sesuai dengan nama dan tujuan perusahaan yaitu mengembangkan diri minimal satu persen setiap harinya, garis ke atas melambangkan proses perkembangan perubahan diri satu persen setiap harinya. Garis putus menggambarkan bahwa hidup tidak selalu berjalan lancar. Warna hitam pada logo menunjukkan kesan elegan, keteguhan, penuh perlindungan dan ketenangan. Pemilihan warna ini diharapkan PT. Satu Persen memiliki keteguhan yang kuat guna mempertahankan kualitas layanan.⁵

Semua desain *microblog* @satupersenofficial pada bagian kiri atas terdapat *hashtag* yang dikelompokkan sesuai dengan kategori isi informasi pada *microblog*. Dengan adanya *hashtag* ini akan memudahkan pembaca untuk mengetahui isi dari *microblog* yang dibahas. #HidupSeutuhnya yang berisikan *microblog* mengenai informasi terkait pengembangan diri.⁶ #CeritaKita yang berisikan cerita dari perseners (sebutan untuk *followers* Satu Persen) yang dibagikan melalui *direct message*, kolom komentar, atau melalui website satupersen.net.⁷ #KelasOnline yang berisi informasi layanan kelas *online* yang diadakan oleh Satu Persen.⁸

⁵Amin, "Perancangan Infografis Perilaku Manusia dalam Media Promosi Instagram PT. Satu Persen Edukasi," 8.

⁶Lihat transkrip dokumentasi 02/D/IV/2021.

⁷Lihat transkrip dokumentasi 09/D/IV/2021.

⁸Lihat transkrip dokumentasi 07/D/IV/2021.

3. Ilustrasi

Gambar pada *microblog* memiliki ilustrasi untuk membawa emosi, memperkuat, memperjelas, memperindah, dan mempertegas sebuah cerita atau narasi. Ilustrasi dapat menggambarkan setiap alur cerita.⁹ Ilustrasi yang ada pada semua *microblog* @satupersenofficial yang diteliti menggunakan karakter manusia dengan menggambarkan ekspresi yang tersirat pada topik setiap tema yang dimuat. Ilustrasi menggambarkan permasalahan yang sedang berlangsung sesuai topik yang diangkat.¹⁰ Semua *microblog* @satupersenofficial menggunakan ilustrasi berbentuk manusia memiliki mata bulat, berwajah bulat dan terdapat rona pada pipi digunakan sebagai ciri khas desain milik Satu Persen.

Contoh pada *microblog* dengan judul “Sibuk Mengejar Target Kerjaan Akhir Tahun Bikin Kamu *Burnout*?” terdapat ilustrasi yang menggambarkan permasalahan yang sedang berlangsung yaitu *burnout*. Digambarkannya ilustrasi seorang dengan ekspresi wajah kelelahan karena sedang mengalami fase *burnout* yang tergambarkan dari api dan kesibukan yang sedang dilakukan serta kalender menunjukkan bulan Desember atau akhir tahun. Gambar kedua berisi pengenalan permasalahan *burnout* dan terdapat ilustrasi seorang yang dengan ekspresi sedih dan kelelahan tergambarkan dari kedua alis miring ke tengah, mata sayu, bibir datar,

⁹Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, 36.

¹⁰Hasil observasi pada 12 *microblog* @satupersenofficial pada bulan Desember 2020.

posisi duduk yang membungkuk karena kelelahan yang tergambar dari asap di atas kepala, menyambut akhir tahun dengan sibuk mengejar target pekerjaan tergambar dari tumpukan kertas di atas meja. Teks penjelasan dengan ilustrasi telah tergambar sesuai melalui ekspresi sedih seorang yang duduk di meja kantor dan di hadapannya terdapat tumpukan kertas pekerjaan.¹¹

4. Fotografi

Foto adalah media komunikasi yang dapat digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen dan menyampaikan pesan/ide kepada orang lain.¹² Peneliti melihat bahwa semua *microblog* Instagram @satupersenofficial yang telah diteliti tidak menggunakan foto di dalamnya, hanya memakai ilustrasi sebagai penggambaran sebuah topik. Ilustrasi lebih memungkinkan digunakan daripada fotografi karena dapat menunjukkan sesuatu tentang subjek yang tidak dapat difoto. Ilustrasi merupakan cara yang efektif untuk menyajikan materi yang sangat emosional dan naratif.

¹¹Lihat transkrip dokumentasi 02/D/IV/2021.

¹²Irene Hasian dan Irsya Putri, "Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika," *Jurnal Magenta*, Vol 5, No. 01, (Januari, 2021), 639.

5. Warna

Warna sebagai media komunikasi dalam komunikasi visual. Warna memiliki pesan sebagai bentuk ekspresi dalam berkomunikasi.¹³ Warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan, menarik perhatian serta perpaduan warna yang sesuai dapat meningkatkan minat dan mudah untuk dibaca. Hasil observasi peneliti warna yang digunakan pada *microblog* @satupersenofficial yaitu warna merah, biru, kuning, ungu dan coklat. Warna yang paling sering digunakan dalam *microblog* yaitu warna kuning. Warna merah digunakan pada *background microblog* yang berjudul “Sudahkah Kamu Menemukan Passion-mu?”.¹⁴ Topik pembahasan disesuaikan dengan warna yang dipakai. Warna merah yang menunjukkan keberanian, semangat, dan percaya diri dapat tersampaikan pada topik menemukan passion.¹⁵ Seperti pada pembahasan isi mengenai *passion* sangat penting untuk dimiliki karena memiliki manfaat menambah semangat hidup, membuat diri menjadi lebih kuat, dan membuat hidup lebih berarti. Serta tips menemukan passion yang tergambar memahami dan mengenali diri sendiri, mengeksplorasi banyak hal, dan jangan mudah menyerah maupun cepat mengambil keputusan tergambar dalam makna keberanian dan percaya diri.

¹³Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, 40.

¹⁴Lihat transkrip dokumentasi 05/D/IV/2021.

¹⁵Lia Angraini S. dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (Nuansa Cendekia: Bandung, 2018), 38.

Warna biru digunakan pada *background microblog* dengan judul “Sebuah Surat Untukmu yang Terlenu *Me-Time* dan *Self-Love*”¹⁶, “Tips Mengelola Waktu Selama Beraktivitas Di Rumah”¹⁷, dan “Pokoknya Rencanaku Di Tahun 2021 Harus Lancar”¹⁸. Warna biru melambangkan keharmonisan, memberi kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, dan kepercayaan.¹⁹ Pada pembahasan isi cara mengontrol diri dari *self-love* dan *me-time* dengan bertanggung jawab pada pekerjaan serta tips mengelola waktu telah sesuai dengan makna keharmonisan, memberi kesan lapang, dan ketenangan. Kemudian pada *microblog* berisi pembahasan tips melakukan perencanaan hidup sesuai dengan makna ketenangan, sensitif dan kepercayaan yang dipakai untuk informasi terkait layanan kelas *online* Satu Persen terkait memahami dan merencanakan hidup.

Background *microblog* dengan judul “Kenapa Gen Z Gampang Stres Menghadapi *Quarter Life Crisis?*”²⁰, “Ketua Organisasi Tapi Sulit Bersosialisasi”²¹, “Jangan Sembarangan Bilang Orang Lain Ansos”²² dan “*Slactivism*”²³ menggunakan warna kuning yang menyimbolkan warna persahabatan, optimisme,

¹⁶Lihat transkrip dokumentasi 03/D/IV/2021.

¹⁷Lihat transkrip dokumentasi 04/D/IV/2021.

¹⁸Lihat transkrip dokumentasi 07/D/IV/2021.

¹⁹Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk*, 38.

²⁰Lihat transkrip dokumentasi 06/D/IV/2021.

²¹Lihat transkrip dokumentasi 09/D/IV/2021.

²²Lihat transkrip dokumentasi 10/D/IV/2021.

²³Lihat transkrip dokumentasi 11/D/IV/2021.

santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, dan eksentrik.²⁴ Warna ini sesuai dengan topik seperti pada pembahasan mengenai *quarter life crisis* dan tips menghadapinya dengan santai seperti pada makna santai, gembira dan harapan. Makna toleran, menonjol dan eksentrik juga tergambar pada pembahasan mengatasi sulit bersosialisasi dan pembahasan terkait gangguan kepribadian anti sosial yang menjelaskan definisi, gejala dan jangan mudah menyematkan sebutan “ansos” kepada orang-orang yang terlihat sulit bergaul serta pada topik *slactivism* yang membahas tentang ketergantungan sosial media.

Warna ungu memberi kesan magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian.²⁵ *Background microblog* yang menggunakan warna ungu yaitu *microblog* dengan judul “Self-Affirmation”²⁶, “Sibuk Mengejar Target Kerja Akhir Tahun Bikin Kamu Burnout?”²⁷, dan “Kamu yang Belum Punya Tujuan Hidup Harap Hati-Hati!”²⁸. Pembahasan *self-affirmation* yang mampu “mengubah” hidup serta pembahasan tergambar sesuai dengan makna warna ungu yang memberi kesan magis, mistis, dan misterius. Topik mengenai pembahasan tentang mengetahui tujuan dan rencana hidup dalam menyambut tahun 2021 dan pembahasan

²⁴Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, 38.

²⁵Ibid., 38.

²⁶Lihat transkrip dokumentasi 01/D/IV/2021.

²⁷Lihat transkrip dokumentasi 02/D/IV/2021.

²⁸Lihat transkrip dokumentasi 08/D/IV/2021.

mengenai *burnout* di akhir tahun mampu menarik perhatian untuk membaca karena sesuai dengan situasi dan kondisi.

Warna coklat merupakan warna yang natural, hangat, membumi dan stabil, sehingga menghadirkan rasa kenyamanan, kesan anggun, dan kesejahteraan.²⁹ Makna warna tersebut tergambar pada pembahasan *microblog* dengan judul “Ternyata Buat Jadi Bahagia Bisa Dipelajari, Loh!” karena pada topik ini menjelaskan terkait filosofi psikologi kebahagiaan, faktor kebahagiaan, serta tips melatih diri agar bahagia seperti makna kesejahteraan dan menghadirkan kenyamanan. Definisi dari kebahagiaan yaitu kondisi ketika diri seorang dipenuhi oleh emosi positif dan tidak ada emosi negatif sama sekali memberikan kesan anggun seperti makna pada warna coklat.³⁰

B. Analisis Isi Informasi Bidang Pengembangan Diri dalam *Microblog*

@Satupersenofficial

Berdasarkan hasil observasi *microblog @satupersenofficial* pada bulan Desember 2020 penulis mengkategorisasikan topik postingan dengan mengambil dua postingan untuk setiap topik, diantaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kesadaran Diri

- a. Postingan 1 Desember 2020

²⁹Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, 38.

³⁰Lihat transkrip dokumentasi 12/D/IV/2021.

Microblog dengan judul ”*Self-Affirmation*” menginformasikan bahwa *self-affirmation* merupakan suatu bentuk penguatan diri dengan cara mengulang pengucapan suatu pernyataan secara terus-menerus guna meyakinkan diri sendiri bahwa pernyataan tersebut benar. Manfaat dari *self-affirmation* dapat menurunkan tingkat stres, kecemasan dan depresi. Memotivasi diri untuk melakukan aksi, membantu menyembuhkan luka batin dan meningkatkan rasa percaya diri. Serta terdapat contoh ungkapan dan hal yang diperhatikan dalam mempraktikkannya yaitu mengucapkan kalimat yang bersifat positif, melakukan secara berulang dan teratur, melakukan dalam keadaan kesadaran penuh dan kondisi diri yang positif dan penuh kepercayaan.³¹

Isi informasi yang disampaikan mengajarkan kita sebagai pembaca agar fokus pada pikiran dan perilaku yang positif untuk mengurangi kecemasan, kesedihan atau berputus asa. Melalui teknik *self-affirmation*, pola pikir yang tidak logis diubah melalui pernyataan atau afirmasi positif yang dibuat dan diucapkan secara berulang-ulang pada diri sendiri. *Self-affirmation* pada *microblog* tersebut mengajarkan untuk yakin pada kualitas diri yang dimiliki. Karena kata-kata sangat mempengaruhi kehidupan sehingga dilakukan dengan kesadaran yang penuh. Jika sedang merasa

³¹Lihat transkrip dokumentasi 01/D/IV/2021.

rendah diri yang begitu kuat, ucapan semangat atau positif tidak mencapai alam bawah sadar dan membuat *self-affirmation* hanya omong kosong.

Self-affirmation berhubungan dengan meningkatkan kesadaran diri yaitu meningkatkan pemahaman terhadap diri mengenai sifat, perilaku, dan perasaan. Meningkatkan kesadaran diri memiliki banyak dampak positif pada kreativitas, percaya diri, serta produktivitas sama seperti cara kerja afirmasi diri. *Self-affirmation* memungkinkan untuk mengontrol pikiran agar dapat mengetahui nilai yang ada, sehingga tercapainya kesadaran diri yang dapat memahami dan bertanggung jawab pada dirinya sendiri.

b. Postingan 14 Desember 2020

Pada postingan *microblog* dengan judul “Sibuk Mengejar Target Kerja Akhir Tahun Bikin Kamu Burnout?” sesuai dengan situasi dan kondisi yang mana sedang memasuki akhir tahun. *Burnout* merupakan kondisi stres yang disebabkan oleh tekanan psikologis. Gejala emosional yang dirasakan ketika mengalami *burnout* yaitu tidak bersemangat kerja, kinerja menurun, serta mudah terpancing amarahnya. Gejala fisik yang dirasakan ketika *burnout* yaitu merasakan lelah dan lemas, nafsu makan menurun, sakit kepala dan nyeri otot, sulit tidur, mudah terserang penyakit.

Penyebab *burnout* adanya ketidakseimbangan antara waktu kerja dan kehidupan pribadi, pekerjaan yang monoton, kurangnya dukungan dari orang terdekat, dinamika tempat kerja yang buruk. Hal yang dapat dilakukan ketika mengalami *burnout* adalah mencari tahu penyebabnya, menjaga keseimbangan hidup dengan membuat batasan waktu antara bekerja dan kehidupan pribadi, mengatur ekspektasi agar realistis, menyampaikan kondisi kepada rekan atau atasan.³²

Informasi yang disampaikan berkaitan dengan kondisi pandemi ini karena muncul perasaan beban tugas semakin berat. Banyaknya tekanan pada aspek kehidupan membuat stres berlebih hingga berujung *burnout*. Tiga gejala utama *burnout* yaitu kelelahan emosi, kehilangan empati dan berkurangnya rasa percaya diri. Kondisi *burnout* saat akhir tahun dapat diatasi dengan mencari tahu penyebabnya, menjaga keseimbangan hidup, mengatur ekspektasi agar tetap realistis, menyampaikan kondisi kepada rekan atau atasan yang mungkin dapat membantu mengurangi beban seperti yang telah dipaparkan dalam *microblog*.

Memunculkan kesadaran diri dapat dilakukan mengenali emosi, pikiran, keinginan dan kemauan yang ada dalam diri. Kecerdasan emosional terbentuk karena adanya kesadaran diri dengan begitu fase *burnout* akan teratasi. Seseorang yang

³²Lihat transkrip dokumentasi 02/D/IV/2021.

mempunyai kecerdasan emosi akan berusaha menyadari emosinya hingga selanjutnya dapat menguasainya dengan baik. Salah satu gejala *burnout* yaitu kelelahan emosi yang disebabkan karena tuntutan target pekerjaan akhir tahun seperti yang dipaparkan pada *microblog*. Melalui kesadaran diri yang bagus mampu mengenal dan memilah perasaan, memahami hal yang dirasakan dan mengetahui penyebab munculnya akan mengurangi timbulnya *burnout*.

c. Postingan 21 Desember 2020

Pada postingan *microblog* dengan judul “Kenapa Gen Z Gampang Stres Menghadapi *Quarter Life Crisis*?”, topik sesuai dengan kondisi sekarang yaitu di era digital. Gen Z yang tumbuh di tengah teknologi digital dengan akses internet yang mudah. Dilema yang dialami dalam fase *quarter life crisis* yaitu dilema menentukan pilihan hidup, memperhitungkan ekspektasi orang lain dalam mengambil keputusan, menentukan makna hidup, tuntutan memiliki pasangan hidup. Cara menghadapi yang dipaparkan menurut *microblog* ini adalah menyadari bahwa tidak perlu membandingkan diri dengan orang lain, bingung dengan masa depan bukan berarti tidak mempunyai masa depan, dan fokus

dengan hal yang sedang dilakukan dengan mengerjakan sebaik mungkin.³³

Informasi edukasi pengembangan diri akan membantu mengurangi keresahan mengenai masa depan yang terjadi pada Generasi Z. Mengalami *quarter life crisis* adalah hal yang wajar namun bukan berarti pasrah dan terjebak dalam kondisi ini karena waktu akan terbuang sia-sia. Tumbuh di era digital dan internet sehingga terlalu banyak menghabiskan waktu di sosial media berpotensi merasa rendah diri, dan bahkan mengalami gangguan kecemasan. Dilema-dilema yang terjadi pada *quarter life crisis* dapat dihadapi dengan berhenti membandingkan diri dengan orang lain karena setiap orang memiliki jalan hidup masing-masing dan fokus pada hal-hal yang sedang dilakukan.³⁴ Fokus pada bakat yang dimiliki dan mengembangkannya akan mengurangi perasaan dilema di masa *quarter life crisis*. Apabila tidak mengetahui bakat yang dimiliki akan menjadikan diri merasa “tersesat”, sulit menentukan pilihan hidup atau lelah menjalani pekerjaan karena terpaksa. Kesadaran diri dapat memberikan persepsi yang jelas tentang kepribadian, kekuatan, kelemahan, pikiran, kepercayaan, motivasi dan emosi sehingga menghasilkan solusi yang lebih baik untuk masalah yang dihadapi.

³³Lihat transkrip dokumentasi 06/D/IV/2021.

³⁴Rebecca Meliani Sembiring, “Quarter Life Crisis: Penyebab dan Cara Mengatasinya,” *satupersen.net*, 19 Februari 2021, diakses pada 22 April 2021 di laman <https://satupersen.net/blog/mengenal-quarter-life-crisis>.

2. Meningkatkan Pengetahuan Diri

a. Postingan 7 Desember 2020

Pada postingan *microblog* dengan judul “Sebuah Surat Untukmu yang Terlenu *Me-time* dan *Self-Love*” memberi penjelasan bahwa mencintai diri sendiri yang berlebihan akan membuat merasa membutuhkan waktu *me-time* yang banyak. Sehingga, membuat lalai dari tanggungjawab pekerjaan dan tidak produktif. Pada *microblog* ini memaparkan bahwa *me-time* yang efektif maksimal berlangsung selama 30 menit dalam sehari.³⁵

Informasi yang dipaparkan mengenai pentingnya menghargai atau mencintai diri tetap dalam kadarnya dan tidak berlebihan di tengah aktivitas harian serta tugas yang harus diselesaikan. Mengerti tentang pengetahuan diri yang baik akan membuat sadar pada kebutuhan dan perasaan yang ada pada diri sehingga akan fokus dalam melakukan suatu aktifitas dan tidak terlenu *me-time* dengan dalih *self-love*. Oleh karena itu, *me-time* dan *self-love* yang berlebihan akan membuat tidak produktif yang mungkin saja membuat meninggalkan dan menunda pekerjaan atau kesempatan yang datang. *Microblog* ini memberikan informasi bahwa *me-time* yang efektif berlangsung maksimal selama 30

³⁵Lihat transkrip dokumentasi 03/D/IV/2021.

menit dalam sehari agar tidak terjebak dalam perasaan aman dan nyaman yang sementara. Seseorang dengan pengetahuan diri yang baik akan bertindak berdasar pengetahuan dan mengambil keputusan yang tepat.

b. Postingan 8 Desember 2020

Pada postingan *microblog* dengan judul “Tips Mengelola Waktu Selama Beraktivitas Di Rumah” sesuai dengan situasi serta kondisi yaitu penerapan sistem belajar dan bekerja dari rumah karena untuk mengurangi penyebaran Virus Covid-19. Informasi yang dibagikan yaitu tips mengelola waktu selama beraktivitas dari rumah diantaranya membuat jadwal kegiatan, mengerjakan tugas sesuai prioritas, melakukan *self-monitoring*, dan membuat batasan waktu untuk berhenti dan beristirahat.³⁶

Informasi ini sesuai dengan kondisi saat ini dalam masa belajar dan bekerja dari rumah. Manajemen waktu perlu dilakukan agar tetap produktif dan efektif tanpa disertai perasaan tertekan atau cemas selama beraktivitas di rumah. Oleh karena itu, pentingnya membuat batasan diri memberi waktu untuk beristirahat dan beraktivitas. Pengetahuan diri yang baik mengenai mengelola waktu akan mengurangi stres yang timbul karena

³⁶Lihat transkrip dokumentasi 04/D/IV/2021.

aktifitas yang padat. Sehingga, dapat memproses perilaku diri dengan baik untuk memanfaatkan waktu sebaik mungkin.

3. Mengembangkan Kemampuan dan Potensi Diri

a. Postingan 29 Desember 2020

Pada postingan *microblog* dengan judul “Pokoknya, Rencanaku Di Tahun 2021 Harus Lancar!” sesuai dengan situasi dan kondisi yang mana sedang memasuki akhir tahun. Informasi yang diberikan yaitu tips melakukan perencanaan hidup agar hasilnya efektif yaitu mencari tahu keinginanmu, menentukan prioritas, dan membuat tujuan “kecil” agar tidak kewalahan dalam mencapai target pada rencana hidup. Manfaat setelah merencanakan hidup yaitu hidup lebih terarah, disiplin, mengetahui prioritas hidup, dan memiliki waktu yang teratur. Pada *microblog* ini selain memaparkan informasi pengetahuan juga diberikan informasi promosi terkait layanan kelas *online* Satu Persen untuk yang ingin belajar lebih banyak tentang merencanakan hidup. Topik yang dibahas yaitu “Memahami dan Merencanakan Tujuan Hidup”.³⁷

Informasi ini mengedukasi tentang pentingnya memiliki perencanaan hidup agar memiliki hidup yang lebih terarah dan produktif dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Mengetahui

³⁷ Lihat transkrip dokumentasi 07/D/IV/2021.

potensi diri yang tepat dengan cara mencari tahu keinginan akan membantu dalam perencanaan hidup yang efektif. Tips agar potensi dapat berkembang dengan baik, yaitu memahami diri sendiri dan menentukan tujuan hidup. *Microblog* ini juga memberikan informasi terkait layanan kelas *online* merencanakan hidup untuk mencapai tujuan hidup dari Satu Persen. *Microblog* ini bukan hanya sebagai media informasi edukasi pengembangan diri namun juga sebagai informasi produk layanan yang diadakan oleh Satu Persen.

b. Postingan 31 Desember 2020

Pada postingan *microblog* dengan judul “Kamu yang Belum Punya Tujuan Hidup, Harap Hati-Hati!” sesuai dengan situasi dan kondisi yang memasuki akhir tahun. *Microblog* ini memberikan penjelasan terkait dampak hidup jika tidak memiliki tujuan yang jelas maka hidup akan terjebak hidup tanpa arah dan tidak memiliki motivasi. Tips agar mengetahui tujuan dan rencana hidup yaitu diantaranya memilih aktifitas yang digemari, mempelajari lebih dalam, serta mempunyai ruang kontrol atas diri.³⁸ Adanya informasi pengembangan diri ini untuk menunjang kehidupan lebih teratur dan terarah karena adanya tujuan.

³⁸Lihat transkrip dokumentasi 08/D/IV/2021.

Perencanaan merupakan pedoman, petunjuk yang harus dituruti jika menginginkan hasil yang baik sebagaimana yang direncanakan. Perencanaan adalah suatu proses menentukan apa yang ingin dicapai di masa yang akan datang serta menetapkan tahapan-tahapan apa saja yang dibutuhkan untuk mencapainya.³⁹ Setiap usaha harus memiliki landasan dan tujuannya. Tujuan harus dibuat sejak awal untuk memotivasi sebelum bertindak karena adanya tujuan dapat menggambarkan keadaan yang diinginkan sehingga, dalam proses mengembangkan potensi yang ada pada diri dapat tercapai dengan baik. Bila tidak memiliki tujuan akan berada dalam ketidakpastian. Potensi dapat berkembang dengan baik dengan memahami diri sendiri dan menentukan tujuan hidup.

c. Postingan 4 Desember 2020

Microblog dengan judul “Sudahkah Kamu Menemukan Passion-Mu” memberikan informasi terkait arti dari *passion* yang bukan sekedar hobi biasa. *Passion* adalah hasrat yang sangat kuat terhadap suatu hal. Seseorang yang memiliki *passion* tidak akan ragu untuk menginvestasikan waktu, tenaga, dan pikirannya agar dapat menekuni *passion*. Tips menemukan *passion* diantaranya adalah memahami dan mengenali diri sendiri, mengeksplorasi

³⁹Karina Nurin Romadhoni, “*PLAN A PLAN B; Gagal Merencanakan = Merencanakan Kegagalan*” (Yogyakarta: Psikologi Corner, 2017), 11.

banyak hal, serta tidak mudah menyerah dan cepat mengambil keputusan, menekuni hingga menemukan *passion*.⁴⁰

Informasi yang diberikan yaitu bagaimana cara menemukan dan mengembangkan *passion* yakni dengan memahami diri sendiri. Setelah memahami diri dapat mengetahui bakat dan minat yang dimiliki. Membuka pikiran dan belajar mengeksplorasi hal-hal baru dengan begitu akan mengetahui *passion* yang dimiliki. Memanfaatkan waktu luang mengeksplorasi banyak hal yang sebelumnya belum pernah dilakukan. Kombinasi dari karakter diri dan bakat yang dimiliki bisa menjadi kunci untuk mengetahui *passion* yang dimiliki.⁴¹

4. Meningkatkan Kemampuan Sosial

a. Postingan 6 Desember 2020

Microblog dengan judul “Ketua Organisasi Tapi Sulit Bersosialisasi” berisikan tentang cerita dari Perseners (sebutan untuk *followers* Satu Persen) yang menceritakan mengenai dirinya sebagai ketua namun merasa sulit beradaptasi berbaur dengan orang lain. Kemudian pada *Slide* selanjutnya terdapat saran dari mentor Satu Persen mengenai permasalahan yang telah diceritakan yaitu menerima kondisi, meyakini bahwa diri sendirilah yang dapat

⁴⁰Lihat transkrip dokumentasi 05/D/IV/2021.

⁴¹Ade Chandra Gita Kusuma, “Passion: Mengapa Penting Untuk Dimiliki?,” *satupersen.net*, 29 Juli 2020, diakses pada 22 April 2021 pada laman <https://satupersen.net/blog/-passion-mengapa-penting-untuk-dimiliki>.

mengendalikan pikiran, fokus pada hal yang bisa dikendalikan, mencari tahu apakah pikiranmu terbukti benar atau tidak agar tidak merasa cemas secara berlarut-larut.⁴²

Informasi pengembangan diri *microblog* ini terkait dengan *social skill* atau keterampilan sosial merupakan keterampilan yang digunakan untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. *Social skill* yang baik dapat membuat berinteraksi secara tepat, sesuai dengan nilai dan norma. Memulai berinteraksi dengan orang lain juga akan memiliki peran dalam mengembangkan dan menjaga hubungan dengan orang lain. Sulit berbaur dengan orang lain dan kecemasan sosial bukan suatu hal yang permanen. Kemampuan sosial dapat ditingkatkan yakni dengan memulai interaksi dengan orang lain, memberanikan diri berbicara di tengah kelompok dan usahakan kamu didengar, dan berani mengutarakan pendapat seperti saran dari mentor yang terdapat pada *microblog*.

b. Postingan 15 Desember 2020

Microblog dengan judul “Jangan Sembarang Bilang Orang Lain Ansos!” berisikan informasi terkait arti anti sosial sesungguhnya. Menurut ilmu psikologi arti anti sosial yaitu gangguan kepribadian yang menyebabkan penderitanya berperilaku menyimpang dari norma yang ada. Ciri-cirinya yakni

⁴²Lihat transkrip dokumentasi 09/D/IV/2021.

tidak bisa membedakan hal yang benar dan salah, tidak memiliki empati, bersikap manipulatif untuk keuntungan pribadi, sombong dan merasa lebih unggul, sering melukai orang lain dengan sengaja dan tidak segan melakukan tindakan berbahaya yang melawan hukum. Penyebabnya diduga berasal dari faktor genetik, kondisi kehidupan yang dijalani, perubahan pada cara fungsi otak. Anti sosial bukan menggambarkan seseorang yang tidak bisa atau tidak mau bersosialisasi dengan orang lain.⁴³

Informasi ini memberikan edukasi pemahaman terkait gangguan kepribadian anti sosial yang berbeda dengan sulit bergaul. Gangguan kepribadian anti sosial hanya dapat didiagnosis oleh psikolog agar mendapat penanganan lebih lanjut. Gangguan kepribadian anti sosial bukanlah seorang yang memiliki kesulitan dalam berbaur dan berhubungan dengan orang lain.

5. Meningkatkan Kualitas Hidup

a. Postingan 17 Desember 2020

Microblog dengan judul “*Slactivism*” menjelaskan tentang hubungan dari fitur pada media sosial dengan *slactivism*. Arti *slactivism* adalah aktivitas atau partisipasi sosial yang dilakukan secara digital. Contohnya *like*, *retweet*, *share*, komentar dan penandatanganan petisi. Menggantungkan kehidupan pada jumlah

⁴³Lihat transkrip dokumentasi 10/D/IV/2021.

like atau *viewers* dapat mengganggu kesehatan mental. Kemudian pada *Slide* selanjutnya dipaparkan tips mengatasi ketergantungan media sosial yaitu diantaranya dengan membatasi penggunaan media sosial, mengalihkan perhatian dari gawai, memperbanyak berinteraksi di kehidupan nyata dengan begitu akan merasakan kehangatan yang nyata.⁴⁴

Pada era digital ini menjadikan mudahnya penggunaan teknologi internet untuk mengakses media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan media sosial, kehidupan dunia nyata dapat di transformasi ke dalam dunia maya. Masyarakat dapat berbagi informasi, berkomunikasi, hingga memenuhi kebutuhan hiburan. Kemudahan bersosialisasi di media sosial dapat menurunkan kualitas sosial masyarakat.⁴⁵ Penggunaan media sosial sangat erat kaitannya dengan *slactivism*. Namun perlu diperhatikan penggunaannya, apabila dampak buruk dari aktivitas di media sosial mulai dirasakan, segera untuk diperbaiki. Menjaga kualitas hidup itu penting dan dapat dilakukan dengan mencari aktivitas lain yang dapat mengalihkan perhatian untuk beristirahat dari dunia media sosial. Terlalu sibuk membuka sosial media dan melihat kehidupan orang lain kemudian membandingkan kehidupannya

⁴⁴Lihat transkrip dokumentasi 11/D/IV/2021.

⁴⁵Oktavia Rizki Pratama, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kualitas Hidup," *kumparan.com*, 23 Januari 2021, diakses pada 22 April 2021 di laman <https://kumparan.com/oktaviarizki98-/pengaruh-penggunaan-media-sosial-terhadap-kualitashidup-1v1uPmAYMct>.

akan membuat diri kurang bersyukur sehingga kualitas diri menurun.

b. Postingan 25 Desember 2020

Microblog dengan judul “Ternyata Buat Jadi Bahagia Bisa Dipelajari, Loh!” menginformasikan bahwa dalam ilmu psikologi kebahagiaan atau hedonia adalah kondisi ketika diri seseorang dipenuhi oleh emosi positif dan tidak ada emosi negatif sama sekali. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kebahagiaan, diantaranya tipe kepribadian, emosi dalam diri, sikap terhadap kondisi fisik, kelas sosial dan tingkat kekayaan, hubungan dan kedekatan dengan orang lain, tujuan hidup, waktu dan tempat seseorang berada. Cara untuk melatih diri agar bahagia yaitu dengan mengelola sikap perfeksionis, membandingkan diri dengan orang lain secara sehat, jangan menggantungkan kebahagiaan pada hal eksternal seperti harta benda atau seseorang karena diri sendiri yang dapat membuat diri bahagia.⁴⁶

Informasi ini memberikan penjelasan terkait praktik agar merasa bahagia yakni dengan melatih diri untuk selalu berpikiran positif, bersyukur dan fokus dalam mengembangkan diri. Hidup berbahagia memiliki banyak manfaat, seperti tidak mudah stres, fisik lebih sehat dan semua pekerjaan akan terasa ringan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup. Sumber kebahagiaan eksternal

⁴⁶ Lihat transkrip dokumentasi 12/D/IV/2021.

hanya akan mendatangkan kebahagiaan sementara karena diri sendirilah yang dapat menciptakan kebahagiaan sejati seperti yang telah dipaparkan dalam *microblog*.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah ditulis oleh peneliti dalam bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari **Microblog Pada Instagram sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram @satupersenofficial)**, yakni sebagai berikut:

1. Tampilan dalam *microblog* Instagram @satupersenofficial di dalamnya terdapat elemen desain komunikasi visual, yaitu:
 - a. Tipografi dalam teks *microblog* menggunakan huruf *sans serif Manrope*. Ukuran huruf yang lebih besar dan tebal digunakan sebagai penekanan informasi dan ukuran huruf yang lebih kecil dan tipis sebagai penjelasan.
 - b. Simbolisme yang ada pada *microblog* yakni di posisi kanan atas terdapat logo Satu Persen-Indonesian Life School. Pada bagian kiri atas terdapat *hashtag* yang disesuaikan dengan isi informasi pada *microblog*. *Hashtag* yang ditemukan peneliti yaitu #HidupSeutuhnya, #CeritaKita, dan #KelasOnline.
 - c. Ilustrasi yang ada pada *microblog* @satupersenofficial yang telah di teliti menggunakan karakter manusia yang dapat menggambarkan permasalahan yang sedang berlangsung sesuai

topik yang diangkat. Ilustrasi karakter manusia memiliki mata bulat, berwajah bulat dan terdapat rona pada pipi sebagai ciri khas desain milik Satu Persen.

d. Pada elemen fotografi peneliti melihat bahwa *microblog* Instagram @satupersenofficial tidak menggunakan foto di dalamnya, hanya memakai ilustrasi sebagai penggambaran sebuah topik karena ilustrasi dapat efektif untuk menyajikan materi yang emosional dan naratif.

e. Warna yang ditemukan untuk *background microblog* @satupersenofficial adalah warna merah, biru, kuning, ungu dan coklat. Warna yang paling sering digunakan dalam *microblog* yaitu warna kuning.

2. Isi informasi bidang pengembangan diri dalam *microblog* @satupersenofficial terdapat enam topik yang dibahas yaitu meningkatkan kesadaran diri, meningkatkan pengetahuan diri, mengembangkan bakat, mengembangkan kemampuan dan potensi diri, meningkatkan kemampuan sosial, dan meningkatkan kualitas hidup. Keenam topik memiliki pembahasan yang saling berhubungan. Pada setiap *microblog* terdapat *hashtag* yang akan memudahkan pembaca untuk mengetahui isi dari *microblog* yang dibahas. #HidupSeutuhnya yang berisikan *microblog* mengenai informasi terkait pengembangan diri. #CeritaKita yang berisikan cerita dari perseners (sebutan untuk *followers* Satu Persen) yang dibagikan melalui *direct message*, kolom

komentar, atau melalui website satupersen.net. #KelasOnline yang berisi informasi layanan kelas *online* yang diadakan oleh Satu Persen. Topik informasi yang diberikan disesuaikan dengan kondisi serta situasi, seperti *microblog* yang membahas tentang tujuan hidup, membuat perencanaan tahun baru 2021 dan *burnout* sesuai dengan kondisi yang akan memasuki tahun 2021. *Microblog* tentang tips mengelola waktu selama di rumah sesuai dengan kondisi saat ini yaitu pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat beraktivitas bekerja dan belajar dari rumah. Terdapat satu *microblog* selain memberikan edukasi terkait pengembangan diri juga sekaligus menjadi media promosi layanan kelas *online* Satu Persen. Serta pada setiap akhir *microblog* juga terdapat ajakan untuk mengunjungi website untuk info lebih lanjut mengenai layanan webinar atau konsultasi dengan mentor Satu Persen.

B. SARAN

Setelah penulis melakukan penelitian tentang dari **Microblog Pada Instagram sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram @satupersenofficial)**, maka dengan tidak maksud menggurui, penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat membangun yang didasarkan pada penelitian ini, yakni:

1. Penulis berharap konten kreator dapat konsisten memanfaatkan keefektifitasan yang terdapat pada elemen desain komunikasi visual

untuk membantu menyampaikan pesan dan informasi yang akan disampaikan. Tampilan *microblog* yang menarik dapat meningkatkan minat pembaca.

2. Dalam penyampaian isi informasi pengembangan diri diperlukan kesesuaian dengan situasi dan kondisi terkini. Informasi disesuaikan dengan segmen audiens agar dapat tersampaikan dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Muhammad Nizar. "Perancangan Infografis Perilaku Manusia dalam Media Promosi Instagram PT. Satu Persen Edukasi." Kerja Praktik. Universitas Dinamika. Surabaya.
- Annisa, Dyah Ayu. "Social Skill: Tips Agar Lebih Mudah Berteman." *Satupersen.net*. 4 Agustus 2020. Diakses pada 23 April 2021 di laman <https://satupersen.net/blog/social-skill-tips-agar-lebih-mudah-bergaul%-20satupersen.net>.
- Anwar, Rully Khairul, dan Agus Rusmana. "Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan." Dalam *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*. Vol. 6. No.3. Desember 2017: 2014-208.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Eriyanto. *Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Falah, Roby Johan. "Pilihan Media Massa Sebagai Sumber Informasi Bagi Remaja Di Kelurahan Ngagel Rejo, Kota Surabaya". Skripsi. UIN Sunan Ampel. Surabaya. 2018.
- Fitriah, Mariah. *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Haqqani, Muh. Ilham. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh BHABINKAMTIBMAS Guna Mengantisipasi Penyebaran Hoax Pemilu 2019 Di Polres Banyumas." Dalam *Police Studies Review*. Vol. 4. No. 1. Januari 2020: 297-372.
- Hasby, Muhammad Alvian, Erik Armayud, dan Bayyinah Nurul Haq. "Strategi Konten Instagram untuk Edukasi Pola Minum Kopi yang Sehat pada Usia Muda." Dalam *Jurnal IKRA-ITH* Vol 4. No 3. November 2020: 194-203.
- Hasian, Irene, dan Irsya Putri. "Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika." Dalam *Jurnal Magenta*. Vol 5. No. 01. Januari 2021: 633-646.
- Hidayani, Fika. *Menggali Potensi Diri*. Kenanga Pustaka Indonesia: Banten, 2009.
- Hutahaean, Jeperson. *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Juditha, Cristiani. "Akses Pencarian dan Penyebaran Informasi tentang Pemerintah Bidang Komunikasi dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan." Dalam *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*. Vol. 21. No. 1. Juni 2017: 1-14.
- Khairana, Shasya. "11 Quotes Inspiratif Wirda Mansur Ini Jadi Kunci Sukses Mengejar Mimpi." *Idntimes.com*. 2 Februari 2020. Diakses pada 11 Mei 2021 di laman <https://www.google.com/amp/s/www.idntimes.com->

/life/inspiration/amp/shasya-khairana/11-quotes-inspiratif-wirda-mansur-c1c2.

Kusuma, Ade Chandra Gita. "Passion: Mengapa Penting Untuk Dimiliki?." *Satupersen.net*. 29 Juli 2020. Diakses pada 22 April 2021 di laman <https://satupersen.net/blog/-passion-mengapa-penting-untuk-dimiliki>.

Leksono, Ari Wahyu, dan Rendika Vhalery. "Pengaruh *Self-Knowledge* dan *Self-Deception* Terhadap Pengelolaan Uang saku." *Journal of Education*. Vol. 6. No.1. Oktober 2019: 28-40.

Marmawi. "Persamaan "Gender" dalam Pengembangan Diri." Dalam *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*. Vol. 1, No. 2. Agustus 2009: 173-179.

Miladi, Himam. "Membuat Microblogging Keren di Instagram." *Kompasiana.com*. Diunggah pada 11 Januari 2020. Diakses pada 11 April 2021 di laman <https://www.kompasiana.com/primata-/5e196a43d541df03fc-0f1722/tips-membuat-microblogging-keren-di-instagram>.

Moelong, Lexy J.. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.

Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri. *Problematika Penggunaan Internet: Konsep, Dampak, dan Strategi Penanganannya*. Jakarta: Kencana, 2020.

Musrofi, M. *Sukses Akademik dn Sukses Bakat*. Gramedia: Jakarta: 2016.

Narida, Marshelia Gloria. "'Kang Pisang': *Personal Branding Putra Bungsu Jokowi dalam Media Microblogging*." Dalam *Journal of Media and Communication Science*. Vol 2. Nomor 1. 2019: 17-33.

- Nuruddin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Perdana, Arkan. “Sedang Ramai, Ketahui Cara Membuat Konten Microblogging Instagram di Sini.” *Glints.com*. Diunggah pada 2 Maret 2021. Diakses pada 11 April 2021 di laman https://glints.com/id/lowongan/-membuat-microblogging-instagram/#.YHLL0_kzbiW.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. “Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?.” *Kompas.com*. Diunggah pada 23 Desember 2019. Diakses pada 30 November 2020 di laman <https://amp.kompas.com/tekn/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.
- Pinem, Walter. “60+ Fitur Terbaru Instagram yang Perlu Anda Ketahui.” Diakses pada 8 Desember 2020 di laman <https://www.seniberpikir.com/fitur-terbaru-instagram/>.
- Pradila, Diaz Ajeng. “Solusi untuk Masalah Sistem Pendidikan Perspektif Satu Porsen”. *Satupersen.net*. 6 November 2020. Diakses pada 10 Mei 2021 di laman <https://satupersen.net/blog/solusi-untuk-masalah-sistem-pendidikan-perspektif-satu-persen>.
- Prakoso, Danu Hendro. “*Instagram Sebagai Media Informasi (Analisis Isi pada Akun Instagram @undercover.id)*”. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang. 2020.
- Pratama, Akhdi Martin. “Pengguna Internet Indonesia Hingga Kuarta II 2020 Capai 196,7 Juta Orang.” diunggah pada 9 November 2020, diakses pada 1 Desember 2020 di laman <https://amp.kompas.com/money/read/2020->

/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang.

Pratama, Oktavia Rizki. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kualitas Hidup.” *Kumparan.com*. 23 Januari 2021. Diakses pada 22 April 2021 di laman <https://kumparan.com/oktaviarizki98-/pengaruh-penggunaan-media-sosial-terhadap-kualitashidup-1v1uPmAYMct>.

Rahim, Ifandi Khainur, Omar Wakan, dan Addi Amir. “Filosofi Satu Persen: Satu Persen Lebih Baik Setiap Harinya.” Satu Persen-Indonesian Life School. diunggah pada 9 Februari 2020. Video Youtube. 0:10. <https://youtu.be/tRlizWCJNEs>.

Rahim, Ifandi Khainur, Omar Wakan, dan Rifky Fauzan. “Apa Itu Satu Persen? (Startup Pendidikan Indonesia).” Satu Persen-Indonesian Life School. Diunggah pada 6 Maret 2020. Video Youtube. 02:20. <https://www.youtube.com/watch?v=EXfYJLby-S4>.

Rahmalia, Nadiyah. “Microblogging: Definisi, Keunggulan, dan Beragam Platformnya.” *Glints.com*. 2021. Diakses pada 19 Februari 2020 di laman <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-microblogging/#.YC7qOPkzbIU>.

Rahmawati, Dina. “Pentingnya Self Awareness untuk Kesehatan Mental,” *Sehatq.com*. 29 Mei 2020. Diakses pada 23 April 2021 di laman <https://www.sehatq.com/artikel/cara-efektif-membangun-self-awareness-atau-kesadaran-diri>.

Riadi, Muchlisin. “Pengembangan Diri (Pengertian, Tujuan, Fungsi, Bentuk dan Pelaksanaan).” *Kajianpustaka.com*. 28 Juni 2020. Diakses pada 8

Desember 2020 di laman <https://www.kajianpustaka.com/2020/06/-pengembangan-diri.html?m=1>.

-----, “Potensi Diri.” *Kajianpustaka.com*. 27 oktober 2013. Diakses pada 23 April 2021 di laman <https://www.kajianpustaka.com/2013-/10/potensidiri.html#:~:text=Dari%20pengertian%20diatas%20dapat%20disimpulkan,latihan%20dan%20sarana%20yang%20memadai>.

Rohanawati, Nana. “ALIH FUNGSI TWITTER (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Alih Fungsi Situs Microblogging Twitter pada Pengguna Twitter)”. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta. 2012.

Rohmiyati, Yuli. “Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media.” Dalam *Anuva*. Vol. 2 (1). 2018: 29-42.

Romadhoni, Karina Nurin. “*PLAN A PLAN B; Gagal Merencanakan = Merencanakan Kegagalan.*” Yogyakarta: Psikologi Corner, 2017.

Romli, Asep Syamsul M.. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia. 2015.

S., Lia kirana dan Kirana Nathalia. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2018.

Sari, Meutia Puspita. “Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembeajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau.” Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP*. Vol. 4, No. 2. Oktober 2017: 1-13.

Sartika, Elita. “Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral dalam Film Berjudul “Kita Versus Korupsi”.” Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2. No. 2. 2014: 63-77.

- Sastrawinata, Hendra. "Pengaruh Kesadaran Diri, Pengaturan Diri, Motivasi, Empati, dan Keterampilan Sosial." *Jurnal Sosialita*. Vol. 1. No. 2. 2011: 1-10.
- Sembiring, Rebecca Meliani. "Quarter Life Crisis: Penyebab dan Cara Mengatasinya." *Satupersen.net*. 19 Februari 2021. Diakses pada 22 April 2021 di laman <https://satupersen.net-/blog/mengenal-quarter-life-crisis>.
- Sidiq, Anwar. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh)*. Skripsi. UIN Raden Intan. Lampung. 2017.
- Siskahero. "Hasil Penelitian, 5 Kebiasaan Harian Ini Dapat Meningkatkan Kualitas Hidup." *Koalahero.com*. 6 Agustus 2019. Diakses pada 23 April 2021 di laman <https://www.koalahero.com/kebiasaan-untuk-kualitas-hidup/>.
- Soyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sukrillah, A., IA Ratnamulyani, dan AA Kusumadinata. "Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi." Dalam *Jurnal Komunikatio*. Vol. 3, No. 2. Oktober 2017. 95-104.
- Suprayitno, Adi. *Pedoman dan Penyusunan Pengembangan Diri bagi Guru*. Deepublish: Yogyakarta, 2019.
- Syam, Nur. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana, 2016.

Tania, Guesty. “*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram*”. Skripsi. UIN Raden Intan. Lampung. 2019.

Tjiptasari, Fitriana dan Madinatul Munawwarah Ridwan. “Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.” Dalam *Pustaloka*. Vol. 9 No. 1. Juni 2017: 57-67.

Uploader. “Beranda.” *Satupersen.net*. 2020. Diakses pada 11 April 2021 di laman <https://satupersen.net/>.

Uploader. “Kenalan dengan Kami Yuk!” *Satupersen.net*. 2020. Diakses pada 22 Maret 2021 di laman <https://satupersen.net/-/about>.

Uploader. “Press Kit.” *Satupersen.net*. 2020. Diakses pada 22 Maret 2021 dilaman <https://satu-persen.net/page/press>.

Uploader. “Satu Persen for Media.” *Satupersen.net*. 2020. Diakses pada 22 Maret 2021 di laman <https://satupersen.net/page/media-relations>

Uploader. “Tentang Kami.” Linked.in. Diakses pada 30 November 2020 dilaman <https://www.linkedin.com/company/satu-persen-indonesian-life-school>.