

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Profil Dewi Putri Sungging



Gambar 4.1 Foto Dewi Putri Sungging Sari

Sumber : https://www.instagram.com/p/CUwn7kUh_m9/?utm_source=ig_web_copy_link

Dewi Putri Sungging Sari merupakan seorang pemain basket putri yang bergabung dengan tim basket Sahabat Semarang. Ia lahir di kota Semarang pada 17 Mei 1997. Sungging mulai bermain basket sejak dia duduk di bangku SMP. Pada saat itu ayahnya sempat melarang keras ia bermain basket. Tetapi karena ia sangat menyukai basket, Sungging tidak putus asa dan mulai tekun dalam melatih kemampuannya. Dengan ketekunan dan tekad yang kuat, maka Sungging mulai mencapai banyak prestasi dari berbagai pertandingan basket. Prestasi yang Sungging capai yaitu Juara 1 Kejurnas 2014, PON emas 2016, FIBA-U16,

SEABA U18, 3x3 World Cup Championship, dan masih banyak lagi prestasi yang ia raih dalam bidang bola basket.

Berbagai prestasi yang Sungging raih tentunya melewati proses yang panjang didukung dengan niat dan tentunya dibutuhkan kepercayaan diri untuk mencapai hasil yang maksimal.



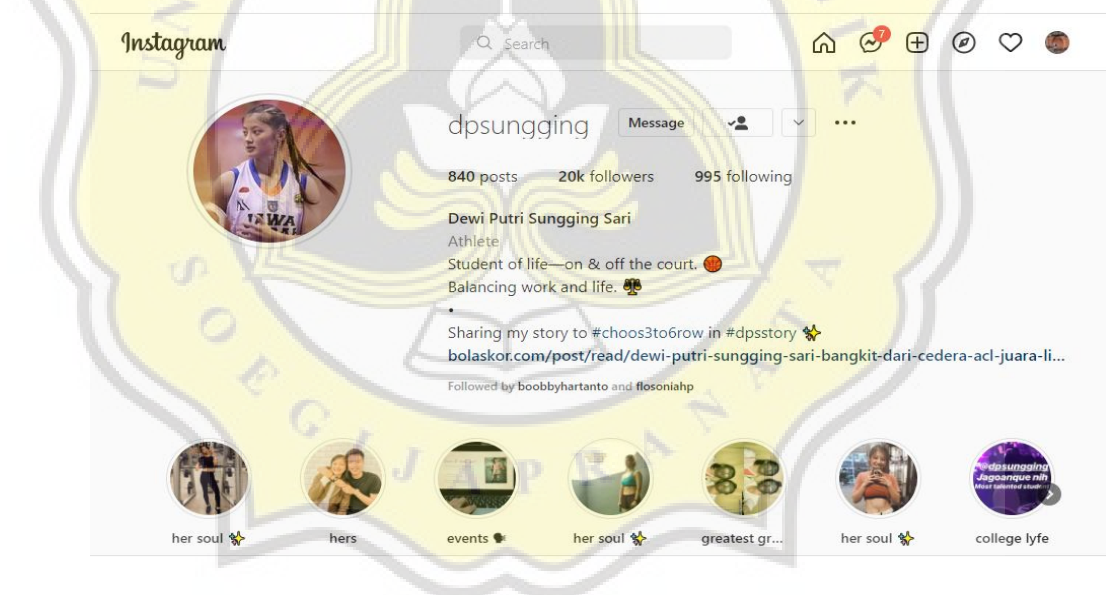
Gambar 4.2 Unggahan Sungging saat penyembuhan ACL

Sumber : https://www.instagram.com/p/CMOj40ChrVC/?utm_source=ig_web_copy_link

Proses yang cukup panjang dan tidak mudah baginya yaitu saat tahun 2015 Sungging terkena cedera ACL, lalu cederanya kambuh lagi pada tahun 2018 saat bertanding di Srikandi Cup yang membuat kondisi ACLnya putus dan akhirnya harus melakukan operasi. Pada saat itu ia melakukan operasi di Filipina pada bulan Mei 2018, setelah kembali ke Indonesia Sungging diharuskan oleh dokter untuk melakukan terapi seminggu 5-6 kali. Hal ini sempat membuat Sungging terpuruk karena tidak bisa masuk ke lapangan selama penyembuhan ACL. Menurutnya berkat percaya pada diri sendiri dan juga berbagai motivasi untuk

menguatkan dirinya hal itu mampu membuat dia bangkit dari keterpurukannya. Setelah melewati proses yang begitu panjang dan adanya refleksi diri yang dia terapkan, penampilannya di dunia basket semakin melambung tinggi.

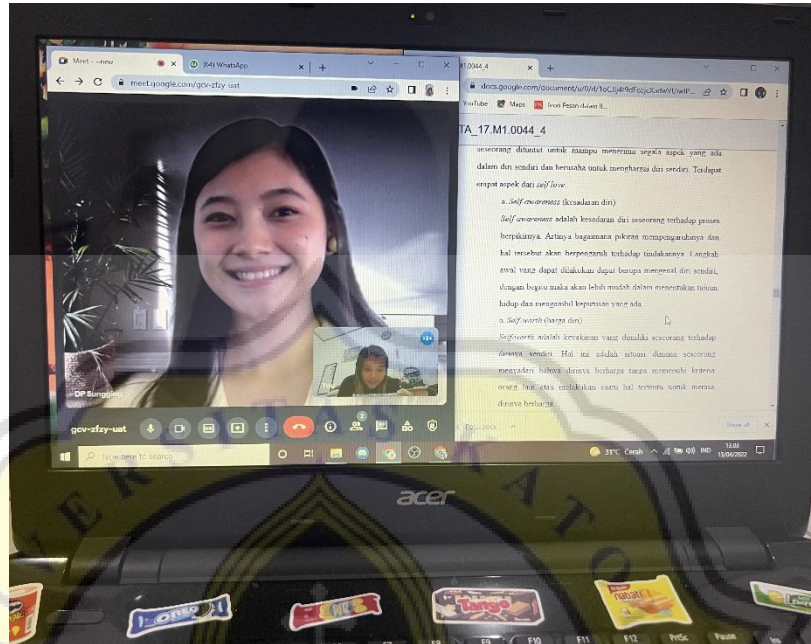
Pada akun Instagram milik Sungging dia memiliki sejumlah 20.000 *followers* (pengikut akunnnya). Setiap unggahan yang ia unggah dapat menjangkau sebanyak jumlah *followers*nya tersebut. Ada sekitar 840 unggahan yang ada di akun Instagram miliknya. Dari periode Januari 2021 hingga Januari 2022 ditemukan sebanyak 78 unggahan yang merupakan kampanye sosial dengan mengangkat tema *self love*.



Gambar 4.3 Akun Instagram @dpsungging

Sumber: <https://instagram.com/dpsungging?igshid=YmMyMTA2M2Y>

4.1.2 Hasil Data Wawancara



Gambar 4.4 Dokumentasi saat wawancara berlangsung melalui google meet

Sumber: pengambilan gambar dilakukan oleh peneliti melalui ponsel

Hasil wawancara ini didapatkan oleh peneliti melalui wawancara dengan narasumber yaitu Dewi Putri Sungging Sari. Peneliti melakukan wawancara dengan Dewi Putri Sungging Sari pada hari Rabu tanggal 13 April 2022. Wawancara diselenggarakan melalui panggilan video dengan aplikasi Google Meet. Alasannya, Sungging selaku narasumber berada di luar kota. Hasil data wawancara secara lengkap akan dilampirkan dan dibahas sesuai dengan landasan teori yang ada.

a. Kampanye Sosial

Pada teori kampanye sosial, peneliti memberi beberapa pertanyaan wawancara yang dapat dibahas dalam teori tersebut yaitu :

- i. Apa tujuan Sungging dalam melakukan kampanye sosial tentang *self love* ini?

“Aku ingin orang-orang itu sadar bahwa diri mereka itu berharga. Tidak peduli apapun yang udah mereka lewati, tidak peduli seberapa besar kesalahan yang pernah dia lakukan, tidak peduli sedalam apa jurang yang pernah dia lewati, tidak peduli orang lain mau berkata apa, *you're worthy*. Aku ingin mereka *aware* bahwa *the way they value themselves is way much more important than what the world says*”

- ii. Apakah menurut Sungging kampanye sosial tentang *self love* ini efektif untuk dilakukan?

“Sejujurnya efektif atau tidaknya itu aku tidak terlalu fokus ke sana, karena bagaimanapun juga *ultimate goals* yang aku punya adalah membagikan apa yang mungkin bisa membantu orang lain dan *beneficial* buat mereka. Efektif atau tidak itu menurutku cukup sulit untuk dituangkan dalam angka atau hanya dengan jawaban ya/tidak. Tapi yang pasti, *hopefully* dari konten-kontenku bisa membangkitkan *awareness* orang lain untuk bisa lebih lagi menyayangi diri sendiri. Selain itu juga menjadi terapi untuk aku sendiri karena untuk bisa membagikan, tentu aku perlu berefleksi ke dalam sehingga lebih lagi waktu yang aku habiskan untuk berdiam dan berenung. Itu juga buat aku adalah salah satu *self-care*: mendengarkan diri sendiri. Dengan begitu, kurasa sudah tercapai *win-win solution*, *both* untuk *audience* dan juga untukku sendiri”.

- iii. Dari ketiga aspek tujuan kampanye sosial apakah Sungging sudah mencapai ketiganya?

“Aku rasa sudah sih. Menurutku *awareness* dapat dilihat dari banyak *likes* di konten mengenai *self love* yang aku bagikan, itu berarti mereka tahu dan paham akan konten yang aku bagikan. Aspek yang kedua yaitu *attitude* menurutku dapat kita lihat pada komentar yang ada di beberapa unggahanku mengenai *self love*, tandanya mereka peduli terhadap tema yang aku angkat. Terus untuk aspek ketiga *action*, itu lebih ke *direct message* mereka yang mereka kirim ke aku yang intinya mereka mengucapkan terimakasih kepada aku karena sudah membagikan konten ini, mereka juga bilang kalau mereka mencoba menerapkan hal itu di hidup

mereka. Intinya menurutku tujuan ini tercapai atau tidaknya tidak bisa dilihat dari satu aspek saja karena kalau dilihat lagi tiga aspek itu saling berkesinambungan untuk mencapai tujuan suatu kampanye sosial, hanya dilihat seberapa jauh respon dari khalayak itu sendiri. Tapi kembali lagi, aku hanya membagikan apa yang kurasa bisa membantu orang lain untuk lebih *aware* sama *self love*. Bukan tugasku untuk memaksa mereka sadar. Apapun yang jadi pilihan mereka, tentu hak mereka. Dari konten-konten yang kubagikan, secara tidak langsung sudah seharusnya ditujukan untuk mencapai ketiga tujuannya.”

- iv. Bagaimana tanggapan *followers* Instagram Sungging terhadap kampanye sosial tentang *self love* yang dia lakukan?

“Aku pribadi bahagia dengan *feedback* dan berbagai tanggapan yang mereka berikan, karena sedikit banyak paling ngga ada banyak orang yang menyampaikan bahwa mereka merasa diberkati dan merasa tidak sendiri dalam menghadapi *struggle*-nya, *simply* karena postingan sederhana yang menurutku biasa aja, tapi ternyata buat orang lain yang mungkin mengalami hal serupa bisa terbantu sebegitunya. So yea, *I’m more than just happy to do what I’m doing right now* ☺”

- b. Strategi Penyampaian Pesan

Pada teori strategi penyampaian pesan, peneliti memberi beberapa pertanyaan wawancara yang dapat dibahas dalam teori tersebut yaitu:

- i. Apakah Sungging pernah melakukan strategi tertentu dalam melakukan kampanye sosial ini? Jika iya, apa saja langkahnya?

“Tentu saja iya, supaya hasilnya tidak asal bunyi. Tahap satu, tentu saja aku harus mengenali siapa yang menjadi khalayakku. Aku sangat terbantu dengan fitur Instagram yang sebelumnya sudah aku sampaikan yaitu *Insight*. Karena dengan fitur itu aku tau target khalayak dan karakteristik *followers*ku. Setelah itu, aku mulai mengajak khalayak untuk berinteraksi, seperti menggunakan *question box*, *polling*, *etc*, supaya aku mengetahui

apa sih kira-kira yang menjadi kebutuhan mereka, apa yang aku bisa bantu, berdasarkan pemikiran dan pengalamanku. Setelah sudah mendapatkan topik yang mau dibahas, aku memikirkan bagaimana membungkus dan men-*translate* topik tersebut supaya aku dapat menyajikan konten yang *relatable* dan dekat dengan *audience*. Setelah mengunggah kontenku, aku sangat *open* dengan banyaknya masukan dan juga tanggapan dari *audience*. Jadi aku ingin mereka tetap merasa dekat dan mereka tidak sendiri ketika mengalami isu-isu serupa yang kubagikan. Lalu aku menetapkan metode bagaimana agar khalayakku mengerti dan mudah memahami pesan yang ingin aku sampaikan melalui konten-kontenku. Untuk pemilihan media tentunya aku menggunakan media sosial yaitu Instagram, karena memang dari awal target *audience* yang ingin aku tuju adalah *followers* Instagramku.”

ii. Bagaimana Sungging mendapatkan ide dalam mengunggah konten mengenai penyampaian pesan kampanye sosial ini?

“Ide itu menurutku bisa datang dari mana saja. Tapi *mostly*, yang kusampaikan itu kebanyakan dari pengalaman pribadi yang sangat *roller-coaster*. Selain itu, aku juga banyak mengangkat isu-isu dari *audience* yang langsung mereka tanyakan ke aku. Jadi dari sana, baru aku olah dari kacamata dan kisah yang sudah aku alami. Dengan mengintegrasikan itu, *hopefully* bisa menghasilkan konten yang dekat dengan *audience*.”

iii. Apa metode komunikasi yang digunakan oleh Sungging dalam strategi penyampaian pesan kampanye sosial ini?

“Menurutku lebih ke arah informatif dan persuatif ya, karena pada dasarnya bicara soal *self-love* itu topik yang sebenarnya ringan, tapi kalau ditelusuri lebih lagi, tidak seingan itu. Bahkan sangat dalam. Jadi aku menghindari konten-konten yang bersifat menggurui, karena aku pun sadar kita semua masih belajar juga. Jadi dengan *tone* berbagi, rasanya lebih cocok untuk diterima.”

iv. Mengapa Sungging memilih Instagram sebagai media dalam penyampaian pesan kampanye sosial ini?

“Karena memang saat ini *audience*-ku mayoritas di IG. Hal ini terbukti dengan rata-rata umur yang mengikutiku dan kurasa sangat dekat dengan isu *self-love* ini. Umur 25-34 tahun menjadi yang nomor satu dengan jumlah 47,7% dari total *followers*, dan di urutan kedua adalah kategori umur 18-24 dengan 35,2%.”

c. *Self Love*

Pada teori *self love*, peneliti memberi beberapa pertanyaan wawancara yang dapat dibahas dalam teori tersebut yaitu:

i. Apa definisi *self love* menurut Sungging?

“*Self-love* buat aku pribadi adalah sikap dimana kita bisa mencintai diri dengan tulus tanpa syarat, keadaan dimana kita sadar akan nilai diri kita. Memprioritaskan diri sendiri itu bukan egois, melainkan sebuah keharusan. Bagaimana kita bisa mencintai orang lain bila kita bahkan tidak bisa menerima diri sendiri? Buat aku, *self-love* benar-benar menjadi pondasi dan dasar bagi kita untuk berhubungan dengan orang lain.”

ii. Apa manfaat *self love* menurut Sungging?

“Sebagai pondasi dan standar yang menentukan bagaimana kita membangun relasi dengan orang lain, meningkatkan kesadaran dan kepercayaan diri untuk menggapai *goals* dan impian, memacu semangat dan motivasi diri sendiri untuk terus berjuang, sehingga ada kepuasan untuk diri sendiri karena bisa melewati berbagai rintangan dan meraih segala pencapaian dalam hidup.”

iii. Bagaimana penerapan empat aspek *self love* diterapkan oleh Sungging?

“Sebagai pribadi yang sangat melekat sama *self-love*, tentu aku sudah menerapkan dulu untuk diriku sendiri. Jadi *no worries!* Keempatnya jelas punya ruang dan waktu tersendiri di jadwalku yang meskipun penuh, aku tetap selalu usahain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Untuk *self awareness* biasanya aku merenungkan apa yang jadi kelemahan dan

kekurangan diriku, aku menyadari betul talenta yang dititipkan Tuhan padaku yang dapat menjadi motivasi bagi banyak orang. Dan aku banyak belajar setiap manusia memiliki kekurangan masing-masing tetapi itu tidak mengurangi keberhargaan seseorang, karena pada dasarnya semua manusia tidak ada yang sempurna. Lalu untuk aspek *self worth*, aku menerapkan agar aku tidak perlu mendengarkan orang lain maupun aku mengikuti standar yang orang lain miliki. Karena kembali lagi, aku berharga dengan segala kekurangan dan kelebihanku dan aku tidak butuh pengakuan orang lain atas itu. Untuk aspek *self esteem*, menurutku aspek ini berpengaruh dengan *self worth* karena aku merasakannya sendiri. Aku ulangi sekali lagi bahwa seberapa berharganya kita tidak bergantung pada pendapat orang lain atas diri kita. Pada aspek ini aku menerapkan pada diriku bahwa aku percaya pada diriku bahwa aku dapat melakukan hal-hal yang terjadi di hidupku, semuanya aku jadikan pelajaran hidup jika ada kekurangan pada diriku aku akan mencoba mencari solusi bagaimana aku bisa mengatasi kekuranganku itu. Tetapi hal itu aku lakukan agar aku menjadi orang yang lebih baik untuk diriku sendiri, bukan untuk memuaskan orang lain. Untuk aspek *self care* yang biasa aku lakukan adalah olahraga, karena menurutku dengan berolahraga aku bisa jadi lebih sehat dan itu tabungan untuk masa tuaku. Biasanya aku juga menyempatkan waktu untuk *me time* dimana aku melakukan hal-hal untuk membuat diriku lebih santai dan relax. Aku juga sering menyempatkan waktu dengan keluarga maupun pasanganku untuk berbagi cerita tentang apa saja yang terjadi pada seminggu terakhir, hal itu dapat membuat kita lebih tenang karena kita secara tidak langsung mendapatkan *support* dari orang-orang terdekat. Pada intinya kebanyakan aku terapkan dengan merenung dan berefleksi. Percayalah, refleksi membantumu melihat segala sesuatunya dengan lebih jelas. *Make time for it.*

- iv. Apa aspek yang ingin Sungging tekankan pada kampanye sosial ini? Kenapa alasannya?

“Hmmm pertanyaan sulit, karena buat aku keempatnya punya porsi masing-masing dalam peranannya untuk menunjang self-love. Tapi dalam berbagi di media sosial, kurasa *self-worth* dan *self-esteem* adalah 2 dari 4 yang paling sering diangkat. Kenapa? Karena 2 hal ini yang paling erat dalam perjalanan hidupku.”

- v. Apa pesan dari Sungging untuk orang-orang yang sedang menerapkan *self love* pada dirinya?

“Hi all sweet soul out there... Keep doing what you’ve been doing. No matter what this world says about you, just remember that the way you value yourself is the most important one. No matter what you’ve been thru, you’re worthy of it all, because He made you that way. ☺”

d. Media Sosial

Pada teori media sosial, peneliti memberi beberapa pertanyaan wawancara yang dapat dibahas dalam teori tersebut yaitu:

- i. Bagaimana dampak media sosial terhadap *self love* pada diri seseorang menurut Sungging?

“Yes media sosial tentu saja membawa dampak yang tidak bisa dihindari: *exposure*. Apa yang kita *consume* tentu secara tidak langsung mempengaruhi kita. Majunya teknologi dan informasi masa kini memang hal yang perlu kita syukuri karena banyak membantu dalam banyak hal. Tapi bak pedang bermata dua, bila kita tidak bijaksana dalam memilah-milah, bisa jadi boomerang juga untuk kita. Media sosial bisa jadi wadah untuk kita menyebarkan awareness mengenai *self-love*. Tapi tidak sedikit yang malah menjauhkan diri dari *self-love* karena bagaimana mereka bersikap dalam tidak tepat. Contoh sederhana, dengan banyaknya mengkonsumsi konten-konten gaya hidup mewah, liburan kesana-kemari, pamer kekayaan, mungkin hal itu akan cenderung menimbulkan rasa ingin dan iri hati. Kemungkinan yang bisa terjadi selanjutnya adalah, mulai

mengutuki hidup kita yang biasa saja dan kehilangan rasa syukur atas apa yang dimiliki. Bersamaan juga dengan hilangnya rasa cinta kepada diri sendiri, dan lebih mengingini hidup seperti orang lain. Ekstrimnya seperti itu. Jadi menurutku Kembali ke masing-masing mindset orang. Bila seseorang sudah memiliki gambar diri yang *firm*, bisa mencintai diri tanpa syarat, ia tidak akan pernah mudah digoyahkan oleh hal diluar dirinya.”

- ii. Bagaimana dampak media sosial terhadap kampanye sosial yang marak pada masa sekarang menurut Sungging?

“*Again*, buat aku seperti pedang bermata dua. Semua tergantung dari konten marak yang dibagikan tersebut. Media sosial tentu dapat menjadi katalis dan *tools* yang tepat, terutama bagi kalangan *millennials* dan *Gen Z* yang saat ini sangat erat kehadirannya dengan media sosial. *Hopefully* kita bisa menggunakan dan mengkonsumsi media sosial dengan bijaksana supaya *beneficial* buat kita sendiri.”

- e. Instagram

Pada teori Instagram, peneliti memberi beberapa pertanyaan wawancara yang dapat dibahas dalam teori tersebut yaitu:

- i. Apa saja manfaat Instagram bagi Sungging dalam penyampaian pesan kampanye sosial ini?

“Tentunya saja manfaat Instagram menurutku banyak sekali ya. Menurutku Instagram merupakan media yang cukup cocok untuk melakukan kampanye. Karena dari Instagram aku dapat mengunggah konten yang berupa foto maupun beberapa video dan menjelaskan maksud dari unggahanku itu melalui *caption*. Menurutku menyampaikan kampanye dengan foto maupun video cukup efektif dan tidak membosankan untuk menarik minat target khalayak kita. Dengan Instagram kita juga tidak terbatas ruang dan waktu, artinya aku mau membagikan kampanye ini dimana saja bisa. Dan juga kapanpun aku dapat ide aku dapat langsung

mengunggahnya. Menurutku Instagram dapat menjangkau khalayak luas apalagi jika foto yang kita unggah masuk ke explore dan menarik khalayak yang bukan followersku tetapi tertarik dengan isu yang aku angkat yaitu *self love*.”

- ii. Apa saja fitur yang biasanya digunakan Sungging dalam melakukan kampanye sosial ini?

“*Basically* hampir semua aku sudah pernah coba sih, tapi *lately* yang paling sering digunakan adalah *Question Box* dan *Polling* yang ada di *Insta Story* karena dengan fitur itu aku bisa melibatkan *audience* secara langsung juga untuk berinteraksi. Kalau untuk beberapa fitur lainnya aku juga gunakan. Contoh di fitur *activity* biasanya yang aku gunakan itu *prime time*, dari fitur itu aku jadi tahu jam-jam *followersku* aktif bermain Instagram. Untuk fitur *content*, itu biasanya aku mengunggah foto, video, caption yang memang bisa menjadi konten *self love* itu sendiri. Lalu untuk fitur *audience*, dengan fitur ini aku gunakan untuk mencari informasi tentang *followersku* dari umur, gender dan lain-lain. Mungkin nanti aku kirim *screenshoot* dari akun Instagramku buat buktinya”

- iii. Apakah ada pola waktu dalam mengunggah kampanye sosial tentang *self love* ini?

“Yes ada, berdasarkan *tool – Insight* di IG, *prime time* dari *audience* aku itu sehari-harinya ada di sekitar jam 18-21 WIB. Jadi aku selalu berusaha untuk bisa post di jam-jam tersebut supaya semakin bisa *reach* lebih banyak orang.”

4.2 Pembahasan

Peneliti memilih Sungging sebagai narasumber dalam penelitian ini karena Sungging memiliki banyak prestasi di usia muda yang dapat menginspirasi diluar sana. Dibalik prestasi dan kariernya yang cemerlang, banyak proses yang ia lewati untuk tetap kuat di dunia basket. Alasan lain peneliti memilih Sungging sebagai narasumber karena dia memiliki pemaparan

mengenai *self love* yang kuat pada unggahan di akun Instagram miliknya. Menurut Sungging definisi *self love* sendiri adalah sikap dimana kita bisa mencintai diri dengan tulus tanpa syarat, keadaan dimana kita sadar akan nilai diri kita. Memprioritaskan diri sendiri itu bukan egois, melainkan sebuah keharusan. *Self love* juga merupakan sebuah pondasi dan dasar bagi kita untuk membangun hubungan yang baik dengan orang-orang di sekitar kita. Sungging sadar bahwa *self love* itu sangat penting dan harus dimiliki pada diri setiap orang, maka dari itu ia melakukan kampanye sosial di Instagram. Hal ini juga diamati dari akun Instagram Sungging yang memiliki cukup banyak unggahan tentang *self love*.

Setelah peneliti mengamati dan meneliti akun Instagram @dpsungging, ditemukan ada sebanyak 78 unggahan kampanye sosial tentang *self love* yang diunggah pada periode Januari 2021 hingga Januari 2022. Unggahan tersebut tidak hanya berupa foto tetapi ada juga beberapa yang berupa video, lalu unggahan tentang *self love* tersebut rata-rata menggunakan tagar #dpssaid walaupun tidak semuanya diberi tagar itu. Konten yang diunggah juga berbagai macam tidak hanya berupa kata-kata motivasi, tetapi ada foto Sungging sendiri, kegiatan Sungging sehari-hari, ada juga beberapa cuplikan foto mengenai *feedback* dari *followers*nya mengenai unggahan tentang *self love* yang sering ia bagikan di akun Instagram miliknya. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber, lalu menganalisis hasil wawancara dan juga mengumpulkan unggahan-unggahan tentang *self love* di Instagram Sungging. Dengan begitu maka hal tersebut akan disajikan datanya dan diteliti dengan acuan landasan teori yang ada.

4.2.1 Kampanye Sosial

Ada berbagai jenis kampanye, salah satunya kampanye yang dilakukan oleh Dewi Putri Sungging yaitu kampanye sosial. Hal ini dikatakan sebagai kampanye sosial karena Sungging melakukan tindakan komunikasi dengan menyampaikan informasi maupun pesan yang berisi isu sosial mengenai “*self love*” yang sering terjadi di masyarakat. Kampanye sosial ini Sungging lakukan melalui berbagai unggahannya di akun Instagram miliknya @dpsungging. Ada berbagai konten yang ia unggah untuk menarik perhatian khalayak Instagramnya dalam kampanye sosial ini.



Gambar 4.5 Salah satu unggahan “*self love*” di akun Instagram @dpsungging

Sumber : https://www.instagram.com/p/CKd28xZBycK/?utm_source=ig_web_copy_link

Peneliti: “Apa tujuan Sungging dalam melakukan kampanye sosial tentang *self love* ini?”

Narasumber: “Aku ingin orang-orang itu sadar bahwa diri mereka itu berharga. Tidak peduli apapun yang udah mereka lewati, tidak peduli seberapa besar kesalahan yang pernah dia lakukan, tidak peduli sedalam apa jurang yang pernah dia lewati, tidak peduli orang lain mau berkata apa, *you're worthy*. Aku ingin mereka *aware* bahwa *the way they value themselves is way much more important than what the world says*”

Berdasarkan hasil wawancara di atas , kampanye sosial tentang “*self love*” dilakukan oleh Sungging dengan tujuan untuk membuat semua orang menyadari bahwa dirinya berharga terlepas dari berbagai masalah dan masa lalu dari hidup seseorang. Tujuan lainnya

yaitu Sungging berharap adanya perubahan sikap dan perilaku masyarakat untuk lebih menyayangi diri sendiri, karena menurut dia segala sesuatu yang baik harus dimulai dari diri kita sendiri bukan dari orang lain. Dalam melakukan kegiatan kampanye sosial, terdapat tiga aspek yang menjadi tujuan kampanye sosial. Tiga aspek tujuan kampanye sosial (*triple A*) yaitu *awareness* (kesadaran), *attitude* (sikap), dan *action* (tindakan).

Peneliti: “Dari ketiga aspek tujuan kampanye sosial apakah Sungging sudah mencapai ketiganya?”

Narasumber: “Aku rasa sudah sih. Menurutku *awareness* dapat dilihat dari banyak *likes* di konten mengenai *self love* yang aku bagikan, itu berarti mereka tahu dan paham akan konten yang aku bagikan. Aspek yang kedua yaitu *attitude* menurutku dapat kita lihat pada komentar yang ada di beberapa unggahanku mengenai *self love*, tandanya mereka peduli terhadap tema yang aku angkat. Terus untuk aspek ketiga *action*, itu lebih ke *direct message* mereka yang mereka kirim ke aku yang intinya mereka mengucapkan terimakasih kepada aku karena sudah membagikan konten ini, mereka juga bilang kalau mereka mencoba menerapkan hal itu di hidup mereka. Intinya menurutku tujuan ini tercapai atau tidaknya tidak bisa dilihat dari satu aspek saja karena kalau dilihat lagi tiga aspek itu saling berkesinambungan untuk mencapai tujuan suatu kampanye sosial, hanya dilihat seberapa jauh respond dari khalayak itu sendiri. Tapi kembali lagi, aku hanya membagikan apa yang kurasa bisa membantu orang lain untuk lebih *aware* sama *self love*. Bukan tugasku untuk memaksa mereka sadar. Apapun yang jadi pilihan mereka, tentu hak mereka. Dari konten-konten yang kubagikan, secara tidak langsung sudah seharusnya ditujukan untuk mencapai ketiga tujuannya.”

Berdasarkan wawancara yang ada di atas dan beberapa unggahan yang akan disertakan serta dianalisis, Sungging merasa sudah membagikan konten-konten mengenai *self love* untuk mencapai tiga aspek tersebut. Menurutnya, tercapainya tujuan kampanye sosial ini dapat dilihat dari ketiga aspek yang saling berkesinambungan tidak hanya dilihat dari satu aspek saja. Berikut penjabaran tiga aspek yang tercapai tersebut:

a. Aspek *awareness* (kesadaran)

“Menurutku *awareness* dapat dilihat dari banyak *likes* di konten mengenai *self love* yang aku bagikan, itu berarti mereka tahu dan paham akan konten yang aku bagikan”

Berdasarkan lampiran wawancara di atas, pada tercapainya aspek *awareness* (kesadaran) dapat dibuktikan dengan adanya cukup banyak tanda suka di unggahan

kampanye sosial di akun Instagram miliknya. Hal tersebut menunjukkan bahwa terciptanya perubahan kognitif yang menyadarkan dan menarik perhatian target khalayak yaitu *followers* Instagramnya terhadap kampanye sosial tentang *self love* ini. Berikut contoh salah satu unggahan yang menunjukkan cukup banyak *likes* pada saat Sungging mengunggah mengenai kampanye sosial *self love* itu, ada sebanyak 1.708 *likes* pada unggahan tersebut.



Gambar 4.6 Unggahan di akun Instagram @dpsungging dengan 1.708 likes

Sumber : https://www.instagram.com/p/CKYqahJB198/?utm_source=ig_web_copy_link

b. Aspek *attitude* (sikap)

Lalu tercapainya aspek selanjutnya yaitu *attitude* (sikap), dimana kampanye bertujuan untuk menciptakan rasa kepedulian, rasa simpati, dan rasa berpihak pada kampanye tersebut (Osteergaad, 2002).

“Aspek yang kedua yaitu *attitude* menurutku dapat kita lihat pada komentar yang ada di beberapa unggahanku mengenai *self love*, tandanya mereka peduli terhadap tema yang aku angkat.”

Berdasarkan lampiran wawancara di atas dan bukti yang memperkuat aspek ini, dapat kita lihat dari beberapa komentar yang ada pada salah satu unggahan Sungging.

Pada unggahan ini *followersnya* memberikan komentar dengan kata-kata yang menggambarkan bahwa dia setuju dengan kampanye sosial tentang *self love* yang dilakukan Sungging. Komentar yang diberikan oleh salah satu *followersnya* juga secara tidak langsung menunjukkan sikap memiliki rasa kepemilikan terhadap konten yang dibagikan Sungging, dan hal tersebut merupakan ciri-ciri tercapainya aspek *attitude*. Berikut merupakan contoh komentar pada salah satu unggahan Sungging.



Gambar 4.7 Contoh komentar di salah satu unggahan @dpsungging

Sumber : https://www.instagram.com/p/CNFMLaAB3TN/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan tersebut Sungging mengunggah foto dirinya dengan *caption* (label foto) yang mendukung konten kampanye sosial tentang *self love*. Pada gambar 4.7 terlihat akun dengan nama @vegasukandar mengatakan inti dari label foto yang diunggah Sungging dan ia membenarkan balasan komentar dari Sungging. Pada tercapainya aspek *attitude* (sikap) juga dibuktikan dengan adanya konten berupa beberapa tangkapan layar yang merupakan *direct message* dari *followers* Sungging, hingga kemudian diunggah olehnya di akun Instagramnya. Dari tangkapan layar tersebut akun yang merupakan salah satu *followers*

Sungging mengungkapkan rasa terima kasih karena Sungging sudah membagikan konten tentang *self love* ini. *Followers* tersebut mengatakan bahwa secara tidak langsung hal tersebut memberi dampak yang baik bagi kesehatan mentalnya.



Gambar 4.8 Salah satu tangkapan layar berupa *direct message* dari *followers* Sungging

Sumber : https://www.instagram.com/p/CbT9vJDhZvw/?utm_source=ig_web_copy_link

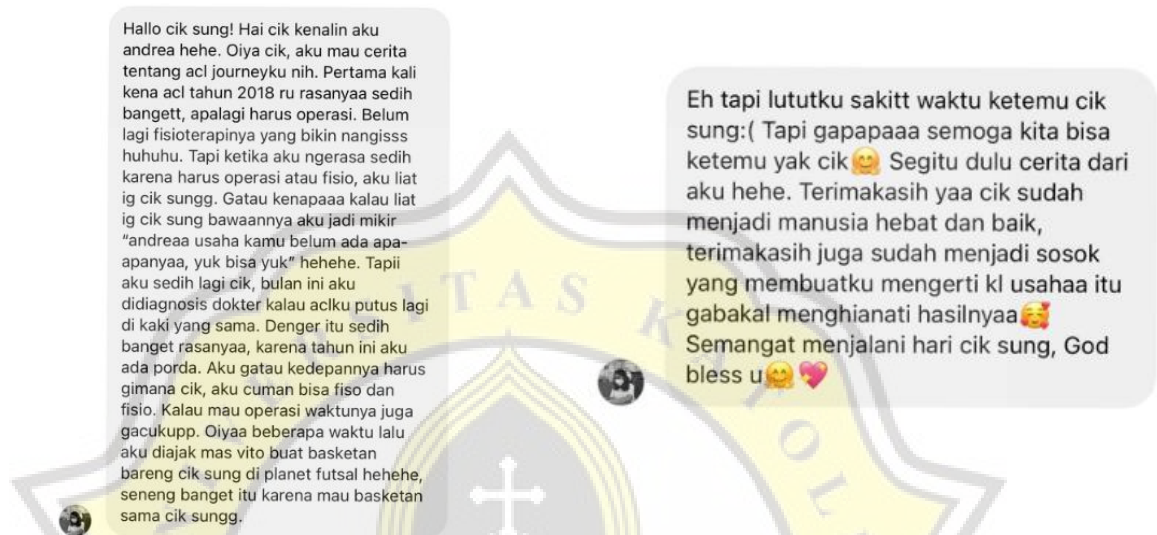
c. Aspek *action* (tindakan)

Pada tahap yang selanjutnya ketiga yang merupakan tahapan terakhir yaitu aspek *action* (tindakan).

“Terus untuk aspek ketiga *action*, itu lebih ke *direct message* mereka yang mereka kirim ke aku yang intinya mereka mengucapkan terimakasih kepada aku karena sudah membagikan konten ini, mereka juga bilang kalau mereka mencoba menerapkan hal itu di hidup mereka.”

Berdasarkan lampiran wawancara di atas, aspek ini tercapai karena adanya perubahan sikap yang berupa tindakan nyata sesuai dengan teori Osteergaad yang dilakukan terkait tema *self love* pada kampanye sosial oleh Sungging. Hal ini dibuktikan dengan adanya *followers* Sungging yang bercerita mengenai pengalamannya yang serupa dengan yang dialami oleh Sungging. *Followers* tersebut menerapkan *self love* dengan cara menguatkan dirinya dan juga bangkit

dari keterpurukan untuk melewati cedera yang menyimpannya, hal tersebut ia terapkan berkat melihat unggahan-unggahan Sungging mengenai kampanye sosial *self love* ini.



Gambar 4.9 Salah satu tangkapan layar berupa *direct message* dari *followers* Sungging

Sumber : https://www.instagram.com/p/CYyrd26lVAc/?utm_source=ig_web_copy_link

Peneliti: “Apakah menurut Sungging kampanye sosial tentang *self love* ini efektif untuk dilakukan?”

Narasumber: “Sejujurnya efektif atau tidaknya itu aku tidak terlalu fokus ke sana, karena bagaimanapun juga *ultimate goals* yang aku punya adalah membagikan apa yang mungkin bisa membantu orang lain dan *beneficial* buat mereka. Efektif atau tidak itu menurutku cukup sulit untuk dituangkan dalam angka atau hanya dengan jawaban ya/tidak. Tapi yang pasti, *hopefully* dari konten-kontenku bisa membangkitkan *awareness* orang lain untuk bisa lebih lagi menyayangi diri sendiri. Selain itu juga menjadi terapi untuk aku sendiri karena untuk bisa membagikan, tentu aku perlu berefleksi ke dalam sehingga lebih lagi waktu yang aku habiskan untuk berdiam dan berenung. Itu juga buat aku adalah salah satu *self-care*: mendengarkan diri sendiri. Dengan begitu, kurasa sudah tercapai *win-win solution*, *both* untuk *audience* dan juga untukku sendiri”.

Berdasarkan wawancara di atas, Sungging ingin sekali membuat orang lain sadar bahwa *self love* itu sangat penting dan dengan ia membagikan mengenai konten ini dia dapat berefleksi kepada dirinya sendiri. Karena *self love* merupakan dasar dan pondasi bagi kita sebagai manusia untuk menjalankan hidup dan membangun relasi dengan sesama baik orang asing maupun orang terdekat kita. Sungging tidak ingin memaksa orang lain untuk mencintai

diri mereka sendiri, tetapi menurutnya dia sudah cukup berusaha dengan cara menyuarakan *self love* melalui konten yang ia unggah di akun Instagram miliknya.

Peneliti: “Bagaimana tanggapan *followers* Instagram Sungging terhadap kampanye sosial tentang *self love* yang dia lakukan?”

Narasumber: “Aku pribadi bahagia dengan *feedback* dan berbagai tanggapan yang mereka berikan, karena sedikit banyak paling ngga ada banyak orang yang menyampaikan bahwa mereka merasa diberkati dan merasa tidak sendiri dalam menghadapi *struggle*-nya, *simply* karena postingan sederhana yang menurutku biasa aja, tapi ternyata buat orang lain yang mungkin mengalami hal serupa bisa terbantu sebegitunya. So yea, *I’m more than just happy to do what I’m doing right now* 😊”

Berdasarkan wawancara di atas, menurut Sungging ia juga sudah melihat berbagai dampak baik dan memang banyak memberikan manfaat dari konten *self love* di Instagramnya. Dari penjabaran di atas dan dokumentasi yang disertakan, kampanye sosial tentang *self love* yang dilakukan oleh Sungging mencapai tiga aspek tujuan kampanye.

4.2.2 Strategi Penyampaian Pesan

Strategi penyampaian pesan dapat disebut strategi komunikasi, karena strategi komunikasi merupakan strategi penyampaian pesan untuk menyampaikan sebuah informasi untuk mencapai tujuan dan maksud tertentu (Heris, 2016: 1).

Peneliti: “Apakah Sungging pernah melakukan strategi tertentu dalam melakukan kampanye sosial ini? Jika iya, apa saja langkahnya?”

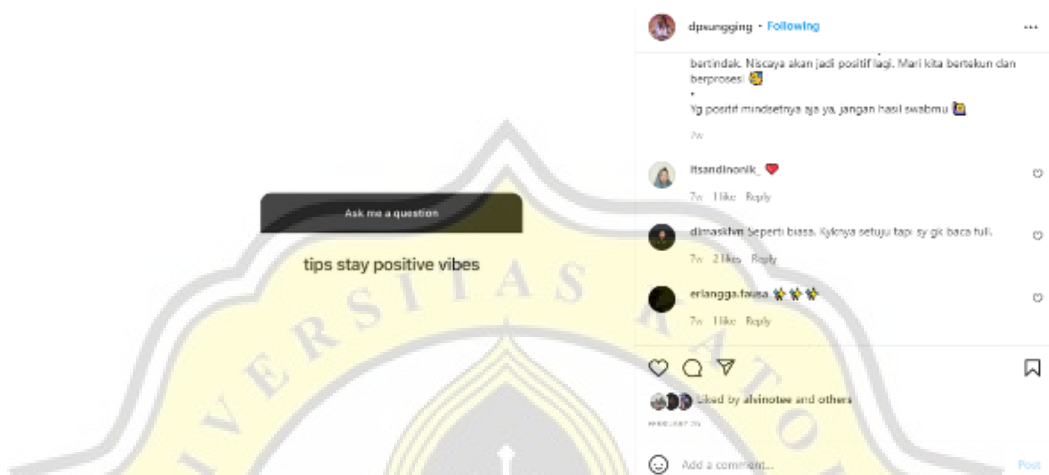
Narasumber: “Tentu saja iya, supaya hasilnya tidak asal bunyi. Tahap satu, tentu saja aku harus mengenali siapa yang menjadi khalayakku. Aku sangat terbantu dengan fitur Instagram yang sebelumnya sudah aku sampaikan yaitu *Insight*. Karena dengan fitur itu aku tau target khalayak dan karakteristik *followers*ku. Setelah itu, aku mulai mengajak khalayak untuk berinteraksi, seperti menggunakan *question box*, *polling*, *etc*, supaya aku mengetahui apa sih kira-kira yang menjadi kebutuhan mereka, apa yang aku bisa bantu, berdasarkan pemikiran dan pengalamanku. Setelah sudah mendapatkan topik yang mau dibahas, aku memikirkan bagaimana membungkus dan *men-translate* topik tersebut supaya aku dapat menyajikan konten yang *relatable* dan dekat dengan *audience*. Setelah mengunggah kontenku, aku sangat *open* dengan banyaknya masukan dan juga tanggapan dari *audience*. Jadi aku ingin mereka tetap merasa dekat dan mereka tidak sendiri ketika mengalami isu-isu serupa yang kubagikan. Lalu aku menetapkan metode bagaimana agar khalayakku mengerti dan mudah memahami pesan yang ingin aku sampaikan melalui konten-kontenku. Untuk pemilihan media tentunya aku menggunakan media sosial yaitu Instagram, karena memang dari awal target *audience* yang ingin aku tuju adalah *followers* Instagramku.”

Berdasarkan wawancara dan dibuktikan dari unggahan pada akun Instagram @dpsungging dalam melakukan kampanye sosial tentang *self love* tentunya Sungging menyusun strategi agar penyampaian pesan yang dia lakukan melalui akun Instagramnya dapat berhasil mencapai tujuannya. Langkah-langkah yang Sungging lakukan dalam strategi penyampaian pesan ini adalah :

1. Mengenal khalayak

“Tahap satu, tentu saja aku harus mengenali siapa yang menjadi khalayakku. Aku sangat terbantu dengan fitur Instagram yang sebelumnya sudah aku sampaikan yaitu *Insight*. Karena dengan fitur itu aku tau target khalayak dan karakteristik *followersku*. Setelah itu, aku mulai mengajak khalayak untuk berinteraksi, seperti menggunakan *question box*, *polling*, *etc*, supaya aku mengetahui apa sih kira-kira yang menjadi kebutuhan mereka, apa yang aku bisa bantu, berdasarkan pemikiran dan pengalamanku.”

Pada tahap yang pertama Sungging mengenal khalayaknya dengan menggunakan fitur *Insight* yang ada di Instagram. Sungging mengatakan bahwa fitur ini sangat membantunya, karena dari fitur tersebut dia dapat mengetahui data tentang karakteristik *followersnya* di Instagram. Untuk mengenal khalayak Sungging juga mengunggah konten-konten yang isinya mengajak *followersnya* untuk berinteraksi. Biasanya Sungging menggunakan *question box* dan *polling* yang merupakan fitur yang disediakan Instagram, fitur ini dia gunakan untuk mencari tahu informasi apa tentang *selflove* yang sekiranya dibutuhkan oleh *followersnya*. Tetapi fitur ini merupakan unggahannya di *story* Instagramnya dimana pada fitur *story* pesan tersebut hanya dapat dilihat 1x24 jam oleh *followersnya* karena akan hilang pada hari selanjutnya. Berikut salah satu contoh yang Sungging unggah :



Gambar 4.10 Salah satu tangkapan layar berupa jawaban dari *followers* Sungging melalui *question box* yang dia bagikan lewat fitur *story*

Sumber : https://www.instagram.com/p/CackriWhJKO/?utm_source=ig_web_copy_link

2. Menyusun pesan

“Setelah sudah mendapatkan topik yang mau dibahas, aku memikirkan bagaimana membungkus dan men-*translate* topik tersebut supaya aku dapat menyajikan konten yang *relatable* dan dekat dengan *audience*. Setelah mengunggah kontenku, aku sangat *open* dengan banyaknya masukan dan juga tanggapan dari *audience*. Jadi aku ingin mereka tetap merasa dekat dan mereka tidak sendiri ketika mengalami isu-isu serupa yang kubagikan.”

Setelah mengenal dan memahami karakteristik khalayaknya, Sungging memikirkan cara untuk mengemas pesan sesuai topik yang ada menjadi pesan yang menarik dan *relatable* dengan khalayaknya. Dengan begitu dapat memunculkan rasa simpati dan rasa keberpihakan khalayak. Isi dari konten yang diunggah mengangkat tema yang memang merupakan ide dari *followersnya* dan juga berkaitan dengan pengalaman hidup yang pernah dialami. Tujuannya agar para *followersnya* tetap merasa dekat dan merasa terbantu dengan unggahan

Sungging melalui kampanye sosial tentang *self love* yang dia lakukan di Instagram.

3. Menetapkan metode

Dalam penyampaian pesan harus menggunakan metode penyampaian yang benar dan efektif bagi khalayaknya agar tercapai tujuan yang diinginkan.

Peneliti: “Apa metode komunikasi yang digunakan oleh Sungging dalam strategi penyampaian pesan kampanye sosial ini?”

Narasumber: “Menurutku lebih ke arah informatif dan persuasif ya, karena pada dasarnya bicara soal *self-love* itu topik yang sebenarnya ringan, tapi kalau ditelusuri lebih lagi, tidak seringan itu. Bahkan sangat dalam. Jadi aku menghindari konten-konten yang bersifat menggurui, karena aku pun sadar kita semua masih belajar juga. Jadi dengan *tone* berbagi, rasanya lebih cocok untuk diterima.”

Pada langkah yang ketiga ini berdasarkan hasil wawancara di atas, Sungging menggunakan metode informatif dan persuasif. Sungging menggunakan metode informatif yaitu mempengaruhi khalayak dengan menyampaikan pesan secara apa adanya, hal tersebut disampaikan berdasarkan fakta penerapan *self love* oleh Sungging terhadap pengalaman hidup yang ia alami sebelumnya dan menurut pendapatnya sendiri. Berikut salah satu contoh yang diunggah Sungging, dia mengunggah foto saat ia bertanding disertai dengan *caption* yang mempertegas kontennya. Pada foto tersebut Sungging memberi penegasan pada *captionnya* yang intinya yaitu “Bahwa kita harus selalu belajar bersyukur dalam menjalani hidup ini, walaupun terkadang ekspektasi tidak sesuai dengan realita kehidupan yang ada, mungkin sekarang kita tidak mengerti proses yang ada tetapi suatu saat kita akan mengerti. Tetap lanjutkan dan tetap bertumbuh dalam berproses!”



Gambar 4.11 Salah satu unggahan Sungging mengenai *self love* dalam hidupnya

Sumber : https://www.instagram.com/p/CVNtWRVBMQ/?utm_source=ig_web_copy_link

Metode kedua yang digunakan oleh Sungging yaitu metode persuasif, dimana dia mengemas pesan untuk mempengaruhi khalayaknya dengan kata-kata membujuk agar khalayaknya *aware* dan menerapkan *self love* dalam kehidupan mereka sehari-hari (Anwar Arifin, 2018: 72). Sungging mengemas pesan tersebut biasanya dengan kata-kata seolah mengajak *followersnya* untuk melakukan *self love* ini. Berikut salah satu contoh yang diunggah oleh Sungging :



Gambar 4.12 Unggahan Sungging dalam mengajak *followersnya* untuk *self love*

Sumber : https://www.instagram.com/p/CVaFG_9BH_1/?utm_source=ig_web_copy_link

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Peneliti: “Mengapa Sungging memilih Instagram sebagai media dalam penyampaian pesan kampanye sosial ini?”

Narasumber: “Karena memang saat ini *audience*-ku mayoritas di IG. Hal ini terbukti dengan rata-rata umur yang mengikutiku dan kurasa sangat dekat dengan isu *self-love* ini. Umur 25-34 tahun menjadi yang nomor satu dengan jumlah 47,7% dari total *followers*, dan di urutan kedua adalah kategori umur 18-24 dengan 35,2%.”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dari awal Sungging melakukan kampanye sosial ini dia memilih menggunakan Instagram, karena *audience* Sungging mayoritas memang berada di Instagram. Hal ini dibuktikan cukup banyak *followers* pada akun Instagramnya yaitu sebanyak 20.000 *followers*. Menurut wawancara yang dilakukan Sungging juga menyampaikan bahwa Instagram dapat menjangkau khalayak luas tanpa terbatas ruang dan waktu,

dengan begitu ia dapat memperluas khalayaknya melalui akun Instagram miliknya.

4.2.3 *Self Love*

Peneliti: “Apa definisi *self love* menurut Sungging?”

Narasumber: “*Self-love* buat aku pribadi adalah sikap dimana kita bisa mencintai diri dengan tulus tanpa syarat, keadaan dimana kita sadar akan nilai diri kita. Memprioritaskan diri sendiri itu bukan egois, melainkan sebuah keharusan. Bagaimana kita bisa mencintai orang lain bila kita bahkan tidak bisa menerima diri sendiri? Buat aku, *self-love* benar-benar menjadi pondasi dan dasar bagi kita untuk berhubungan dengan orang lain.”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas yang dilakukan dengan Dewi Putri Sungging, definisi *self love* menurutnya adalah sikap dimana seseorang dapat mencintai diri sendiri dengan tulus tanpa syarat dan seseorang sadar akan nilai dirinya sendiri. Menurut Sungging *self love* bukanlah suatu keegoisan melainkan suatu keharusan yang dimiliki oleh setiap diri seseorang. Karena menurut Sungging *self love* adalah dasar dan pondasi bagi seseorang membangun hubungan dengan orang lain. Hal ini dia rangkum dan kemas, kemudian dia bagikan untuk menjadi pengingat bagi para *followersnya*. Hal ini dia unggah di Instagram, berikut contohnya :



Gambar 4.13 Unggahan Sungging dalam mengingatkan *followersnya* untuk *self love*

Sumber : https://www.instagram.com/p/CUuVuEpIKAb/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan yang diunggah oleh Sungging pada 7 oktober 2021, merupakan kata-kata motivasi dan pengingat bagi setiap *audience* Instagramnya untuk selalu menerapkan *self love* dalam kehidupan kesehariannya. Kata-kata tersebut dikemas dengan bahasa yang singkat dan mudah dipahami bagi pembacanya.



Gambar 4.14 Unggahan Sungging dalam mengingatkan *followersnya* untuk *self love*

Sumber : https://www.instagram.com/p/CRO-fdDhhW/?utm_source=ig_web_copy_link

Peneliti: “Bagaimana penerapan empat aspek *self love* diterapkan oleh Sungging?”

Narasumber: “Sebagai pribadi yang sangat melek sama *self-love*, tentu aku sudah menerapkan dulu untuk diriku sendiri. Jadi *no worries!* Keempatnya jelas punya ruang dan waktu tersendiri di jadwalku yang meskipun penuh, aku tetap selalu usahain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Untuk *self awareness* biasanya aku merenungkan apa yang jadi kelemahan dan kekurangan diriku, aku menyadari betul talenta yang dititipkan Tuhan padaku yang dapat menjadi motivasi bagi banyak orang. Dan aku banyak belajar setiap manusia memiliki kekurangan masing-masing tetapi itu tidak mengurangi keberhargaan seseorang, karena pada dasarnya semua manusia tidak ada yang sempurna. Lalu untuk aspek *self worth*, aku menerapkan agar aku tidak perlu mendengarkan orang lain maupun aku mengikuti standar yang orang lain miliki. Karena kembali lagi, aku berharga dengan segala kekurangan dan kelebihanku dan aku tidak butuh pengakuan orang lain atas itu. Untuk aspek *self esteem*, menurutku aspek ini berpengaruh dengan *self worth* karena aku merasakannya sendiri. Aku ulangi sekali lagi bahwa seberapa berharganya kita tidak bergantung pada pendapat orang lain atas diri kita. Pada aspek ini aku menerapkan pada diriku bahwa aku percaya pada diriku bahwa aku dapat

melakukan hal-hal yang terjadi di hidupku, semuanya aku jadikan pelajaran hidup jika ada kekurangan pada diriku aku akan mencoba mencari solusi bagaimana aku bisa mengatasi kekuranganku itu. Tetapi hal itu aku lakukan agar aku menjadi orang yang lebih baik untuk diriku sendiri, bukan untuk memuaskan orang lain. Untuk aspek *self care* yang biasa aku lakukan adalah olahraga, karena menurutku dengan berolahraga aku bisa jadi lebih sehat dan itu tabungan untuk masa tuaku. Biasanya aku juga menyempatkan waktu untuk *me time* dimana aku melakukan hal-hal untuk membuat diriku lebih santai dan relax. Aku juga sering menyempatkan waktu dengan keluarga maupun pasanganku untuk berbagi cerita tentang apa saja yang terjadi pada seminggu terakhir, hal itu dapat membuat kita lebih tenang karena kita secara tidak langsung mendapatkan *support* dari orang-orang terdekat. Pada intinya kebanyakan aku terapkan dengan merenung dan berefleksi. Percayalah, refleksi membantumu melihat segala sesuatunya dengan lebih jelas. *Make time for it.*”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas dan dibuktikan dengan unggahan pada akun Instagram @dpsungging, Sungging selaku narasumber dalam penelitian ini juga menerapkan 4 aspek *self love* ini dalam kesehariannya, yaitu:

a. *Self-awareness* (kesadaran diri)

“Untuk *self awareness* biasanya aku merenungkan apa yang jadi kelemahan dan kekurangan diriku, aku menyadari betul talenta yang dititipkan Tuhan padaku yang dapat menjadi motivasi bagi banyak orang. Dan aku banyak belajar setiap manusia memiliki kekurangan masing-masing tetapi itu tidak mengurangi keberhargaan seseorang, karena pada dasarnya semua manusia tidak ada yang sempurna.”

Berdasarkan lampiran wawancara di atas pada aspek ini yang dilakukan Sungging adalah merenungkan dan mengenali dirinya lebih lagi, ia mengenali apa yang menjadi kekurangan dan kelebihanannya. Dia menyadari dan sangat merasa bersyukur bahwa talenta yang dia miliki dapat menjadi dampak dan motivasi bagi orang lain. Dia menyadari dan selalu menekankan pada dirinya bahwa dia berharga terlepas dari kekurangan dan kelebihan dirinya sendiri. Dia sadar bahwa setiap manusia tidak ada yang sempurna dan apapun keadaannya tidak mengurangi betapa berharganya diri seseorang. Hal ini dibuktikan dari unggahannya, pada unggahan tersebut ada foto dirinya dan diberi *caption* yang menjelaskan bahwa dia juga sebagai manusia biasa memiliki sisi tidak sempurna sendiri.



Gambar 4.15 Unggahan Sungging tentang *Self-awareness* (kesadaran diri)

Sumber : https://www.instagram.com/p/CV-YyZAhZpZ/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan ini Sungging menerapkan teori *self awareness*, karena pada unggahan ini dia memberikan *caption* sebagai bentuk *self awareness* yang dia terapkan ke dirinya sendiri. Pada unggahan ini dia mengakui bahwa dia menjadikan kelemahan maupun kekurangannya sebagai bentuk suatu harapan, hal itu merupakan suatu ketidaksempurnaan yang akan melengkapi dirinya.



Gambar 4.16 Unggahan Sungging tentang *Self-awareness* (kesadaran diri)

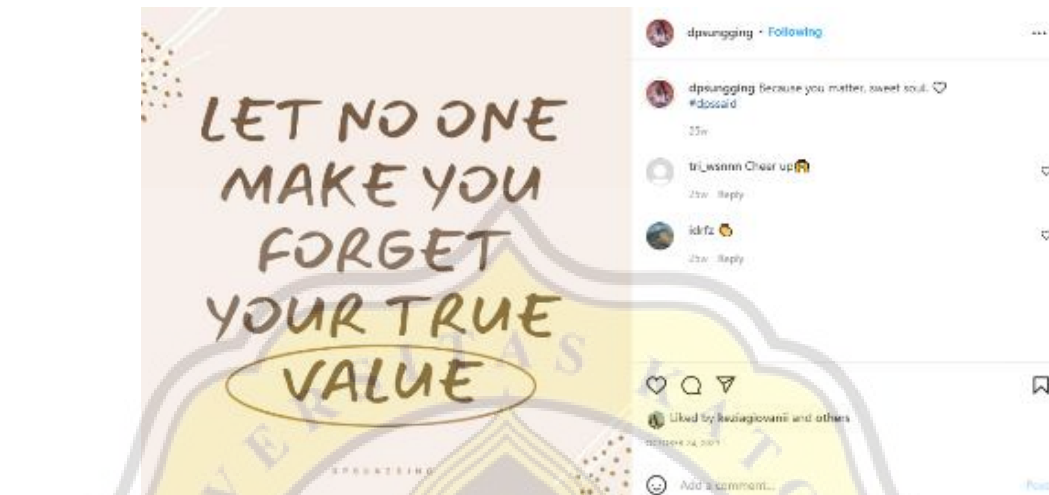
Sumber : https://www.instagram.com/reel/CUhIrTmBn00/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan ini Sungging menerapkan teori *self awareness*, karena pada unggahan ini dia memberikan *caption* sebagai bentuk *self awareness* yang dia terapkan ke dirinya sendiri. Pada unggahan ini dia berbagi pengalamannya dimana dia harus belajar mengenali gerakan basket dari awal lagi, karena masa pemulihan dari cedera yang dia alami membuatnya tidak bisa berlatih basket selama 2 tahun lamanya. Tetapi dia percaya dengan kesadaran diri yang dia miliki mampu membantunya untuk bangkit dan menjadi Sungging yang lebih baik dari sebelumnya.

b. *Self-worth* (harga diri)

“Lalu untuk aspek *self worth*, aku menerapkan agar aku tidak perlu mendengarkan orang lain maupun aku mengikuti standar yang orang lain miliki. Karena kembali lagi, aku berharga dengan segala kekurangan dan kelebihanku dan aku tidak butuh pengakuan orang lain atas itu.”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas, pada aspek ini Sungging melakukannya dengan tidak mendengarkan dan tidak mengikuti standar yang ditentukan orang lain. Karena menurut Sungging segala kelebihan maupun kekurangan yang dia miliki, tetap tidak mengurangi keberhargaannya dan dia berkata bahwa hal itu tidak perlu pengakuan dari orang lain. Aspek ini dibuktikan dari unggahannya yang berupa *quotes* singkat dan didukung *caption*. Pada unggahannya mengatakan “Jangan biarkan seorang pun membuatmu lupa tentang nilai dirimu yang sesungguhnya” hal ini dipertegas dengan *captionnya* yaitu “karena kamu penting, jiwa yang manis”. Unggahan tersebut mendapat respon berupa beberapa likes dan komentar dari salah satu *followersnya*.



Gambar 4.17 Unggahan Sungging tentang *self worth* (harga diri)

Sumber : https://www.instagram.com/p/CVaFG_9BH_1/?utm_source=ig_web_copy_link

c. *Self-esteem* (kepercayaan diri)

“Untuk aspek *self esteem*, menurutku aspek ini berpengaruh dengan *self worth* karena aku merasakannya sendiri. Aku ulangi sekali lagi bahwa seberapa berharganya kita tidak bergantung pada pendapat orang lain atas diri kita. Pada aspek ini aku menerapkan pada diriku bahwa aku percaya pada diriku bahwa aku dapat melakukan hal-hal yang terjadi di hidupku, semuanya aku jadikan pelajaran hidup jika ada kekurangan pada diriku aku akan mencoba mencari solusi bagaimana aku bisa mengatasi kekuranganku itu. Tetapi hal itu aku lakukan agar aku menjadi orang yang lebih baik untuk diriku sendiri, bukan untuk memuaskan orang lain.”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas pada aspek ini Sungging merasa kaitan *self worth* cukup erat dengan *self esteem*. Ketika *self worth* berjalan dengan baik maka *self esteem* akan meningkat dengan sendirinya.

Penerapan aspek ini dia lakukan dengan cara dia meletakkan kepercayaan penuh pada dirinya bahwa dia bisa melalui hal-hal yang terjadi di hidupnya. Segala hal yang dialami, ia jadikan pelajaran untuk meningkatkan kualitas dirinya menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya. Dia juga mengatakan bahwa memperbaiki dirinya semata-mata bukan untuk memuaskan orang lain, melainkan

memang niatnya untuk memperbaiki diri agar dirinya lebih baik lagi kedepannya. Hal ini ditunjukkan dari beberapa unggahannya berupa gambar dan *caption* yang mendukung :



Gambar 4.18 Unggahan Sungging tentang *self esteem* (kepercayaan diri)

Sumber : https://www.instagram.com/p/CN9xZ1MBdMh/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan ini Sungging menerapkan teori *self esteem* dengan kata-kata motivasi yang dapat membangun kepercayaan diri seseorang. Dapat dilihat dalam unggahan tersebut bahwa setiap hari kita tidak boleh membanding-bandingkan diri kita dengan orang lain. Sebaliknya kita harus bisa menjadi pribadi yang bersyukur, menjadi pribadi yang puas terhadap diri sendiri dan mau menjadi apa adanya diri sendiri.



Gambar 4.19 Unggahan Sungging tentang *self esteem* (kepercayaan diri)

Sumber : https://www.instagram.com/reel/CQd8bd4hgtY/?utm_source=ig_web_copy_link

Penerapan teori *self esteem* pada unggahan ini adalah Sungging menyampaikan melalui label foto. Dia menyampaikan dan ingin mengingatkan, setiap orang diluar sana yang sedang berjuang untuk menjadi yang terbaik harus ingat bahwa ketekunan yang dimiliki pada diri manusia adalah suatu hal yang berharga. Dia juga mengingatkan bahwa ketekunan itu akan membawakan hasil di waktu yang tepat.



Gambar 4.20 Unggahan Sungging tentang *self esteem* (kepercayaan diri)

Sumber : https://www.instagram.com/p/CQYjhg4B6Zk/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan tersebut Sungging menerapkan teori *self esteem*, dia menyampaikan tujuannya dengan menggunakan perumpamaan tentang tumbuhan. Intinya bahwa ketika seseorang ingin menjadi teladan atau pun menjadi berkat bagi orang lain, seseorang harus memiliki jiwa yang penuh dan memiliki *self love* yang baik. Seseorang layak untuk merawat dan memenuhi kebutuhan sendiri dahulu sebelum memenuhi kebutuhan orang lain.

d. *Self-care* (perawatan diri)

“Untuk aspek *self care* yang biasa aku lakukan adalah olahraga, karena menurutku dengan berolahraga aku bisa jadi lebih sehat dan itu tabungan untuk masa tuaku. Biasanya aku juga menyempatkan waktu untuk *me time* dimana aku melakukan hal-hal untuk membuat diriku lebih santai dan relax. Aku juga sering menyempatkan waktu dengan keluarga maupun pasanganku untuk berbagi cerita tentang apa saja yang terjadi pada seminggu terakhir, hal itu dapat membuat kita lebih tenang karena kita secara tidak langsung mendapatkan *support* dari orang-orang terdekat.”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas, aspek ini diterapkan oleh Sungging dengan cara menjaga kesehatannya dan merawat diri untuk menjadi lebih baik lagi. Ada beberapa penerapan Sungging pada aspek ini yaitu berolahraga, menurutnya dengan olahraga akan membuat tubuhnya sehat dan dengan olahraga itu merupakan tabungan untuk dirinya di hari tua nanti. Biasanya Sungging juga menyempatkan waktu untuk *me time* dimana dia melakukan hal-hal yang dapat membuat dirinya lebih santai dan melepaskan lelah dari aktivitas sehari-hari. Sungging juga menyempatkan waktu dengan keluarga maupun pasangannya untuk berbagi cerita tentang apa saja yang terjadi pada seminggu terakhir, hal itu dapat membuat dirinya lebih tenang karena diri kita secara tidak langsung mendapatkan *support* dari orang-orang terdekat.



Gambar 4.21 Unggahan Sungging tentang *self care* (perawatan diri)

Sumber : https://www.instagram.com/tv/CUZ7PQ4h01i/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan tersebut Sungging menerapkan teori *self care*, dia menyampaikan melalui *captionnya*. Dia memberi contoh untuk penerapan teori ini pada diri setiap masing-masing individu dapat berbeda-beda. Pada dirinya, dia menikmati untuk bisa memanjakan dirinya dengan rutin berolahraga. Sungging menikmati hal tersebut karena baginya hal itu dapat membuatnya rileks dan hal itu merupakan tabungan untuk kesehatan dirinya pada masa tua.



Gambar 4.22 Unggahan Sungging tentang *self care* (perawatan diri)

Sumber : https://www.instagram.com/reel/CRLa6O1hKnt/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan tersebut Sungging menerapkan teori *self care*, dia menerapkannya dengan berolahraga yoga. Sungging melakukan hal ini untuk merenung dan melakukannya

agar tubuhnya rileks. Merenung adalah kegiatan yang Sungging sering lakukan, menurutnya hal ini membantunya untuk mengenal dirinya lebih lagi.



Gambar 4.23 Unggahan Sungging tentang *self care* (perawatan diri)

Sumber : https://www.instagram.com/p/CNNQRBNBaus/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan tersebut Sungging menerapkan teori *self care*, dia menerapkannya dengan melakukan *family time*. Hal ini dia lakukan dengan tujuan dia bisa berbagi cerita dengan orang terdekatnya, contohnya pada gambar diatas yaitu ayahnya. Sungging mengatakan bahwa keluarga dapat menjadi wadah untuk berbagi cerita apapun, dengan begitu jiwa dan mental kita akan merasa lebih lega karena dapat diungkapkan kepada orang lain. *Self love* dapat didukung dengan kita mendapatkan *support* dari orang yang ada di sekeliling kita.



Gambar 4.24 Unggahan Sungging tentang *self care* (perawatan diri)

Sumber : https://www.instagram.com/p/CZ3-6xUBVgR/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada unggahan tersebut Sungging menerapkan teori *self care*, dia menerapkannya dengan melakukan hobinya yaitu dengan bermain basket. Dengan begitu maka hal itu dapat membuat dirinya senang dan membuat dirinya rileks. Sungging berkata bahwa dengan dia bermain basket, hal ini membuatnya lebih semangat dalam menjalani hidup dan dapat membuatnya melupakan sejenak permasalahan kehidupannya.

“Pada intinya kebanyakan aku terapkan dengan merenung dan berefleksi. Percayalah, refleksi membantumu melihat segala sesuatunya dengan lebih jelas. *Make time for it.*”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas, Sungging mengatakan bahwa intinya dalam penerapan *self love*, dia sering lakukan dengan merenung dan berefleksi. Menurut Sungging, refleksi membantu melihat segala sesuatu dengan lebih jelas. Pada kampanye sosial ini Sungging mengatakan dia ingin menekankan aspek *self-worth* dan *self-esteem*, walaupun menurutnya keempat aspek diatas memiliki porsi dan peranan masing-masing. Dia

lebih menekankan kedua aspek tersebut karena menurutnya kedua aspek itu memang paling sering ia bagikan dalam kontennya dan paling erat dengan perjalanan hidup yang dia alami.



Gambar 4.25 Unggahan Sungging tentang penerapan berefleksi untuk membangun *self love* pada diri sendiri

Sumber : https://www.instagram.com/p/CSg-Z93B3Mu/?utm_source=ig_web_copy_link

Sungging menekankan bahwa berefleksi merupakan hal yang paling penting untuk membangun *self love* pada diri seseorang. Dengan berefleksi maka seseorang dapat menemukan ketenangan jiwanya dan melakukan *deep talk* dengan dirinya sendiri. Hal ini dapat membuat seseorang menerapkan empat teori *self love* yang menunjang terwujudnya *self love*.



Gambar 4.26 Unggahan Sungging tentang penerapan *self love* pada diri sendiri

Sumber : https://www.instagram.com/reel/CaCkCYuhLIb/?utm_source=ig_web_copy_link

Peneliti: “Apa manfaat *self love* menurut Sungging?”

Narasumber: “Sebagai pondasi dan standar yang menentukan bagaimana kita membangun relasi dengan orang lain, meningkatkan kesadaran dan kepercayaan diri untuk menggapai *goals* dan impian, memacu semangat dan motivasi diri sendiri untuk terus berjuang, sehingga ada kepuasan untuk diri sendiri karena bisa melewati berbagai rintangan dan meraih segala pencapaian dalam hidup.”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas, menurut Sungging *self love* membawa berbagai manfaat bagi diri seseorang. Hal itu juga dirasakan oleh Sungging, menurutnya *self love* memberikan dia berbagai manfaat yaitu:

- a. Sebagai pondasi dan dasar untuk membangun relasi dengan orang lain.
- b. Meningkatkan kesadaran seseorang bahwa dirinya berharga.
- c. Meningkatkan kepercayaan diri seseorang untuk menggapai *goals* dan impian yang ingin ia raih dalam hidupnya.
- d. Dapat memacu semangat untuk menjalani hidup.
- e. Dapat menjadi motivasi diri untuk terus berjuang melewati berbagai masalah yang ada.

Manfaat *self love* yang dirasakan oleh Sungging cukup berbeda dengan teori yang dijabarkan oleh peneliti. Hal ini dapat diketahui bahwa selain manfaat yang sudah dijabarkan pada teori, *self love* memiliki lebih banyak manfaat jika diterapkan dengan benar. Manfaat *self love* itu didukung dengan adanya empat aspek penerapan *self love* yang telah dibahas sebelumnya.

4.2.4 Media Sosial

Media sosial merupakan media atau alat bantu yang berguna untuk menyampaikan informasi dari satu individu kepada individu lainnya. Media sosial membantu mempermudah kegiatan komunikasi manusia dalam berbagai bidang maupun aspek kehidupan. Banyak sekali dampak yang bisa didapatkan dengan adanya media sosial, baik dampak positif maupun dampak negatif.

Peneliti: “Bagaimana dampak media sosial terhadap *self love* pada diri seseorang menurut Sungging?”

Narasumber: “Yes media sosial tentu saja membawa dampak yang tidak bisa dihindari: *exposure*. Apa yang kita *consume* tentu secara tidak langsung mempengaruhi kita. Majunya teknologi dan informasi masa kini memang hal yang perlu kita syukuri karena banyak membantu dalam banyak hal. Tapi bak pedang bermata dua, bila kita tidak bijaksana dalam memilah-milah, bisa jadi boomerang juga untuk kita. Media sosial bisa jadi wadah untuk kita menyebarkan awareness mengenai *self-love*. Tapi tidak sedikit yang malah menjauhkan diri dari *self-love* karena bagaimana mereka bersikap dalam tidak tepat. Contoh sederhana, dengan banyaknya mengkonsumsi konten-konten gaya hidup mewah, liburan kesana-kemari, pamer kekayaan, mungkin hal itu akan cenderung menimbulkan rasa ingin dan iri hati. Kemungkinan yang bisa terjadi selanjutnya adalah, mulai mengutuki hidup kita yang biasa saja dan kehilangan rasa syukur atas apa yang dimiliki. Bersamaan juga dengan hilangnya rasa cinta kepada diri sendiri, dan lebih mengingini hidup seperti orang lain. Ekstrimnya seperti itu. Jadi menurutku Kembali ke masing-masing mindset orang. Bila seseorang sudah memiliki gambar diri yang *firm*, bisa mencintai diri tanpa syarat, ia tidak akan pernah mudah digoyahkan oleh hal diluar dirinya.”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Sungging mengatakan bahwa dia juga merasakan berbagai manfaat dan dampak dari media sosial ini. Terutama Sungging juga mengatakan bahwa media sosial juga berdampak terhadap *self love* pada diri seseorang. Sungging berpendapat bahwa majunya teknologi dan informasi masa kini memang hal yang

perlu disyukuri karena banyak membantu dalam banyak hal. Tapi hal itu juga tidak bagus bila seseorang tidak bijaksana dalam memilah-milah, hal itu dapat menjadi *boomerang* untuk seseorang. Media sosial dapat menjadi wadah untuk kita menyebarkan *awareness* mengenai *self-love*. Tapi tidak sedikit yang malah menjauhkan diri dari *self-love* karena tidak tepat dan tidak bijak dalam bersikap.

Peneliti: “Bagaimana dampak media sosial terhadap kampanye sosial yang marak pada masa sekarang menurut Sungging?”

Narasumber: “*Again*, buat aku seperti pedang bermata dua. Semua tergantung dari konten marak yang dibagikan tersebut. Media sosial tentu dapat menjadi katalis dan *tools* yang tepat, terutama bagi kalangan *millennials* dan *Gen Z* yang saat ini sangat erat kehadirannya dengan media sosial. *Hopefully* kita bisa menggunakan dan mengkonsumsi media sosial dengan bijaksana supaya *beneficial* buat kita sendiri.”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, menurut Sungging dampak media sosial terhadap kampanye sosial yang marak pada masa sekarang seperti pedang bermata dua. Tetap saja semuanya bergantung dari konten yang dibagikan mengarahnya ke hal yang baik atau tidak. Menurut Sungging, media sosial dapat menjadi alat bantu yang sangat bermanfaat terutama bagi generasi milenial pada masa sekarang yang sangat erat dengan media sosial setiap hari. Kembali lagi, dalam menggunakan media sosial harus bijak agar dapat membawa dampak baik dan mendapatkan manfaat bagi diri sendiri.

4.2.5 Instagram

Instagram adalah aplikasi yang memiliki kegunaan untuk membagikan sebuah informasi berupa bentuk foto ke sesama pengguna aplikasi ini. Pada aplikasi ini penggunaannya dapat mengunggah foto dan melakukan interaksi dengan sesama pengguna Instagram melalui kolom komentar yang tersedia. Ada berbagai manfaat dalam penggunaan aplikasi ini, salah satunya sebagai media kampanye. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Sungging juga mendapatkan manfaat dari aplikasi Instagram ini.

Peneliti: “Apa saja manfaat Instagram bagi Sungging dalam penyampaian pesan kampanye sosial ini?”

Narasumber: “Tentunya saja manfaat Instagram menurutku banyak sekali ya. Menurutku Instagram merupakan media yang cukup cocok untuk melakukan kampanye. Karena dari Instagram aku dapat mengunggah konten yang berupa foto maupun beberapa video dan menjelaskan maksud dari unggahanku itu melalui *caption*. Menurutku menyampaikan kampanye dengan foto maupun video cukup efektif dan tidak membosankan untuk menarik minat target khalayak kita. Dengan Instagram kita juga tidak terbatas ruang dan waktu, artinya aku mau membagikan kampanye ini dimana saja bisa. Dan juga kapanpun aku dapat ide aku dapat langsung mengunggahnya. Menurutku Instagram dapat menjangkau khalayak luas apalagi jika foto yang kita unggah masuk ke explore dan menarik khalayak yang bukan followersku tetapi tertarik dengan isu yang aku angkat yaitu *self love*.”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas, menurut Sungging Instagram dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan kampanye sosial. Dalam hal ini Sungging melakukan kampanye sosial dengan mengangkat isu sosial bertema *self love*. Sungging memanfaatkan aplikasi Instagram sebagai wadah untuk mengunggah konten dengan berupa foto maupun beberapa video, dan dia menggunakan *caption* untuk memperjelas konten yang ia unggah. Menurut Sungging, Instagram dapat membantu kampanye sosial ini untuk menjangkau orang banyak melalui fitur *explore* di Instagram untuk membuat khalayak yang bukan *followersnya* tertarik dengan kampanye sosial tentang *self love* ini.

Peneliti: “Apa saja fitur yang biasanya digunakan Sungging dalam melakukan kampanye sosial ini?”

Narasumber: “*Basically* hampir semua aku sudah pernah coba sih, tapi *lately* yang paling sering digunakan adalah *Question Box* dan *Polling* yang ada di *Insta Story* karena dengan fitur itu aku bisa melibatkan *audience* secara langsung juga untuk berinteraksi. Kalau untuk beberapa fitur lainnya aku juga gunakan. Contoh di fitur *activity* biasanya yang aku gunakan itu *prime time*, dari fitur itu aku jadi tahu jam-jam *followersku* aktif bermain Instagram. Untuk fitur *content*, itu biasanya aku mengunggah foto, video, *caption* yang memang bisa menjadi konten *self love* itu sendiri. Lalu untuk fitur *audience*, dengan fitur ini aku gunakan untuk mencari informasi tentang *followersku* dari umur, gender dan lain-lain. Mungkin nanti aku kirim *screenshot* dari akun Instagramku buat buktinya”

Ada berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram untuk mendukung manfaat dari aplikasi ini. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Sungging mengatakan cukup terbantu dengan fitur-fitur tersebut. Menurutnya, fitur yang sangat berpengaruh yaitu fitur *Insight*. Fitur ini membantunya untuk mengenali karakteristik *followersnya* dan dengan begitu dia

dapat menyusun strategi kampanye sosial ini dengan baik. Fitur *Insight* yang bermanfaat bagi Sungging yaitu meliputi :

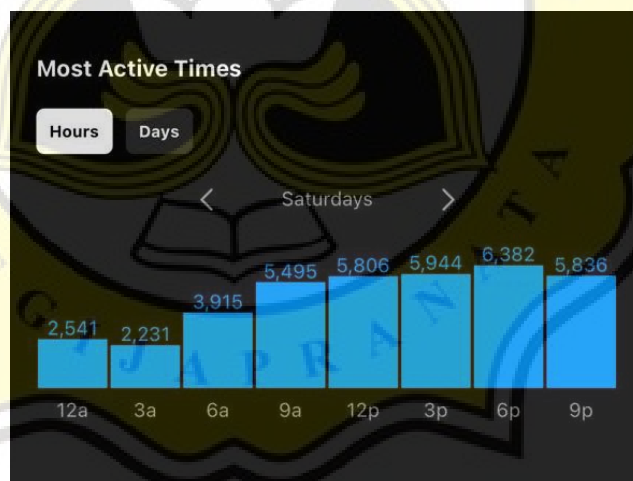
a. Fitur *activity*

“Contoh di fitur *activity* biasanya yang aku gunakan itu *prime time*, dari fitur itu aku jadi tahu jam-jam *followers*ku aktif bermain Instagram.”

Peneliti: “Apakah ada pola waktu dalam mengunggah kampanye sosial tentang *self love* ini?”

Narasumber: “Yes ada, berdasarkan *tool – Insight* di IG, *prime time* dari *audience* aku itu sehari-harinya ada di sekitar jam 18-21 WIB. Jadi aku selalu berusaha untuk bisa post di jam-jam tersebut supaya semakin bisa *reach* lebih banyak orang.”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, pada fitur ini dia hanya menggunakan fitur *prime time* yaitu dimana waktu dimana banyak *followers*nya beraktivitas menggunakan Instagram. Sungging mengatakan *prime time followers*nya berada pada pukul 18.00 hingga pukul 21.00 WIB. Maka dari itu Sungging selalu mengusahakan untuk mengunggah kotennya di jam-jam tersebut agar semakin menjangkau banyak orang.



Gambar 4.27 Salah satu tangkapan layar berupa data *Prime Time followers* Sungging

Sumber : Sungging mengirimkan melalui Whatsapp kepada peneliti.

b. Fitur *Content*

“Untuk fitur *content*, itu biasanya aku mengunggah foto, video, caption yang memang bisa menjadi konten *self love* itu sendiri.”

Berdasarkan lampiran wawancara diatas dan analisis unggahan yang ada di Instagram @dpsungging, fitur ini digunakan oleh Sungging untuk mengunggah foto maupun video. Biasanya fitur ini dilengkapi dengan *caption* dan *hashtag* untuk menjadi pelengkap pada konten yang diunggah. Fitur ini digunakan Sungging dalam melakukan kampanye sosial di akun Instagram miliknya, hal ini dibuktikan dengan adanya 78 unggahan berupa foto maupun beberapa video beserta *caption* dan tanggal pengunggahan tentang *self love* yang peneliti cantumkan pada lampiran. Konten gambar yang dia bagikan juga berbagai macam yaitu berupa *quotes*, foto dirinya disertai *caption* yang mempertegas maksud dari kontennya, ada juga beberapa berupa *direct message* dari *followers*nya. Beberapa contoh unggahan konten Sungging mengenai *self love*:



Gambar 4.28 Unggahan konten Sungging mengenai kampanye sosial *self love*

Sumber : https://www.instagram.com/p/CSrPmQ8hBKD/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada fitur konten ini Sungging mengunggah konten mengenai kampanye *self love*.

Pada unggahannya dia menjelaskan bahwa berproses, memiliki ketekunan yang tinggi, mau mengembangkan diri sendiri, dan proses hidup yang ada memiliki makna dalam diri masing-

masing individu. Menurut Sungging semua memiliki waktunya masing-masing, hanya saja kita tidak boleh menyerah hanya karena dihadapkan dengan kegagalan yang ada.



Gambar 4.29 Unggahan konten Sungging mengenai kampanye sosial *self love*

Sumber : https://www.instagram.com/p/CWnvL_8B193/?utm_source=ig_web_copy_link

Pada fitur konten ini Sungging mengunggah konten mengenai kampanye *self love*. Pada gambar diatas, Sungging menggunakan kata-kata yang singkat dengan kalimat kiasan. Sungging menyampaikan bahwa dalam hidup mungkin saja kita bisa tersesat dengan berbagai hal realita kehidupan, tetapi kita tidak akan hilang. Sebagai manusia hidup akan terus berputar dan seseorang akan selalu memiliki jati dirinya masing-masing.



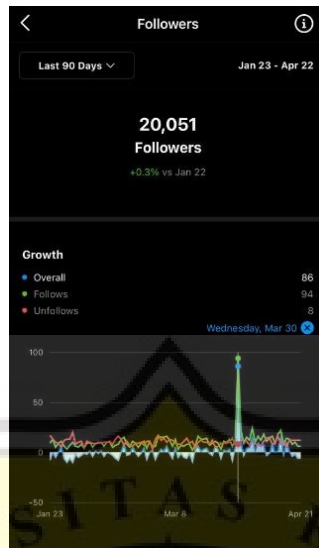
Gambar 4.30 Unggahan konten Sungging mengenai kampanye sosial *self love*

Sumber : https://www.instagram.com/p/CXL1twABhg/?utm_source=ig_web_copy_link

c. Fitur *Audience*

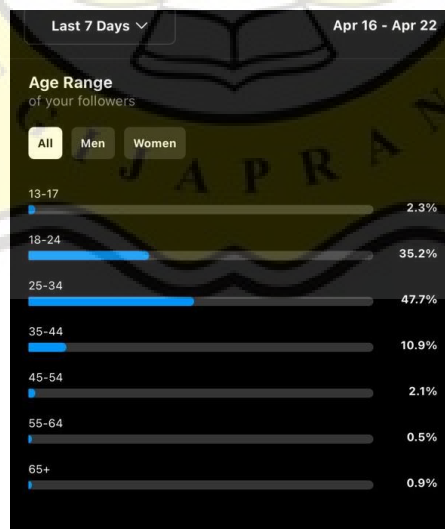
“Lalu untuk fitur *audience*, dengan fitur ini aku gunakan untuk mencari informasi tentang *followersku* dari umur, gender dan lain-lain. Mungkin nanti aku kirim *screenshot* dari akun Instagramku buat buktinya”

Fitur ini berisi informasi tentang *followers* pada akun Instagram Sungging. Berdasarkan lampiran wawancara yang diatas, Sungging menggunakan fitur ini untuk mengenali karakteristik para *followersnya*. Hal ini ia terapkan pada strategi penyampaian pesan pada tahap mengenal khalayak. Berikut tangkapan layar dari fitur *Insight* pada akun Instagram Sungging.



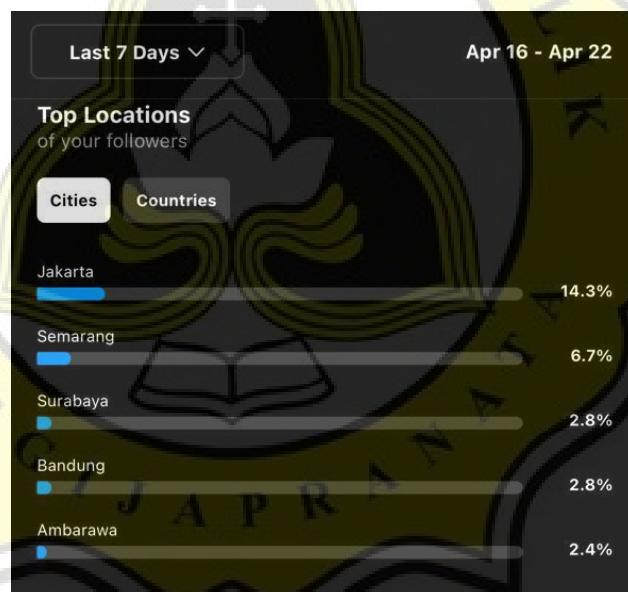
Gambar 4.31 Salah satu tangkapan layar berupa data banyaknya *followers* Sungging
 Sumber : Sungging mengirimkan melalui Whatsapp kepada peneliti.

Berdasarkan bukti tangkapan layar yang ada pada gambar diatas, fitur ini secara langsung memberikan data-data yang lengkap untuk mengenali *followers* Sungging yang akan menjadi target khalayak pada kampanye sosial tentang *self love* ini. Pada data diatas dapat dilihat jumlah *followers* pada akun Instagram Sungging ada sebanyak 20,051 *followers*.



Gambar 4.32 Salah satu tangkapan layar berupa data rata-rata umur *followers* Sungging
 Sumber : Sungging mengirimkan melalui Whatsapp kepada peneliti.

Setelah mengetahui banyak *followers* Sungging, fitur ini juga akan menampilkan data berupa rata-rata umur *followers* Sungging. Data rata-rata umur *followers* pada akun Instagram yang dimiliki oleh Sungging, presentase terbanyak ada pada *followers* berusia 25 sampai 34 tahun sebanyak 47,7%. Sedangkan presentase terbanyak kedua yaitu *followers* berusia 18 sampai 24 tahun sebanyak 35,2%. Presentase terbanyak ketiga yaitu berusia 35 sampai 44 tahun sebanyak 10,9%. Kemudian presentase data keempat ada pada usia 13 sampai 17 tahun sebanyak 2,3%. Lalu presentase selanjutnya pada usia 45 sampai 54 tahun sebanyak 2,1%. Presentase dua terakhir ada pada usia 65 tahun keatas sebanyak 0,9% dan pada usia 55 sampai 64 tahun sebanyak 0,5%.

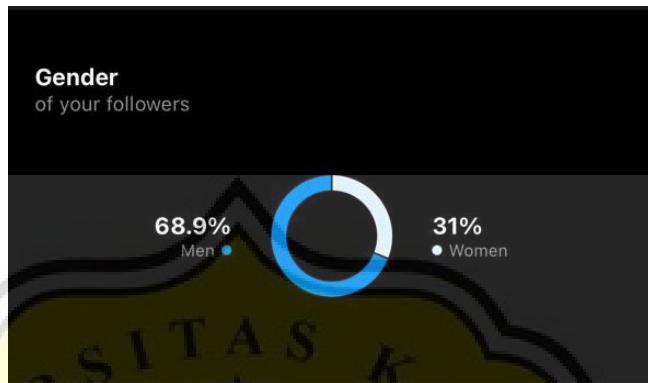


Gambar 4.33 Salah satu tangkapan layar berupa data rata-rata lokasi *followers* Sungging

Sumber : Sungging mengirimkan melalui Whatsapp kepada peneliti.

Pada data yang ketiga yaitu menunjukkan rata-rata lokasi *followers* Sungging, persentase terbanyak ada di kota Jakarta sebanyak 14,3%. Lalu persentase kedua terbanyak ada di kota Semarang sebanyak 6,7%. Selanjutnya presentase ketiga terbanyak ada di kota

Surabaya dan Bandung masing-masing sebanyak 2,8%. Presentase yang terakhir adalah di kota Ambarawa sebanyak 2,4%.



Gambar 4.34 Salah satu tangkapan layar berupa data rata-rata *gender followers* Sungging

Sumber : Sungging mengirimkan melalui Whatsapp kepada peneliti.

Data yang terakhir menunjukkan rata-rata *gender followers* Sungging yaitu lebih banyak persentase laki-laki sebanyak 68,9% daripada wanita yaitu sebanyak 31%.