

PENGARUH KONTEN PERSUASIF INSTAGRAM @NKCTHI TERHADAP KEPUASAN REMAJA GEN Z DENGAN GANGGUAN KECEMASAN

SAFIRE FEDRA

ABSTRAK

Di tengah meningkatnya penggunaan media sosial oleh remaja gen z, isu kesehatan mental seperti gangguan kecemasan turut menjadi perhatian. Meski kerap dikaitkan dengan dampak negatif, media sosial juga dimanfaatkan sebagai ruang dukungan emosional, salah satunya melalui konten persuasif dari akun Instagram @nkcthi yang dikenal dengan kutipan reflektif dan visual menyentuh. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tingkat konten persuasif Instagram @nkcthi serta kepuasan dan mengukur besarnya pengaruh konten persuasif Instagram @nkcthi terhadap kepuasan remaja gen z dengan gangguan kecemasan. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratifications 2.0*. Metode penelitian ini yaitu kuantitatif eksplanatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden, yang merupakan *followers* remaja gen z dari akun Instagram @nkcthi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari konten persuasif @nkcthi terhadap kepuasan remaja gen z dengan gangguan kecemasan sebesar 59,5%. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa kedua bentuk konten, foto dan *caption*, memberikan kepuasan bagi pengguna.

Kata Kunci: Gangguan Kecemasan, Gen Z, Instagram, Kepuasan, Konten Persuasif

***THE IMPACT OF PERSUASIVE CONTENT ON INSTAGRAM
@NKCTHI ON THE SATISFACTION OF GEN Z YOUTHS WITH
ANXIETY DISORDERS***

SAFIRE FEDRA

ABSTRACT

Amid the growing use of social media among generation z, mental health issues such as anxiety disorders have become a significant concern. Although social media is often associated with negative impacts, it is also utilized as a space for emotional support, one example being persuasive content from the Instagram account @nkcthi, known for its reflective quotes and touching visuals. This study aims to describe the level of persuasive content on Instagram @nkcthi and user satisfaction, as well as to measure the extent of its influence on the satisfaction of gen z youths with anxiety disorders. The theoretical framework employed is the Uses and Gratifications 2.0 Theory. This research uses a quantitative explanatory method with primary data collected through questionnaires distributed to 100 respondents gen z followers of the @nkcthi account using purposive sampling. The results show a positive and significant influence of persuasive content from @nkcthi on the satisfaction of Gen Z adolescents with anxiety disorders, with an effect size of 59.5%. The finding also show that both forms of content, photo and caption, provide satisfaction for users.

Keywords: Anxiety Disorders, Gen Z, Instagram, Persuasive Content, Satisfaction