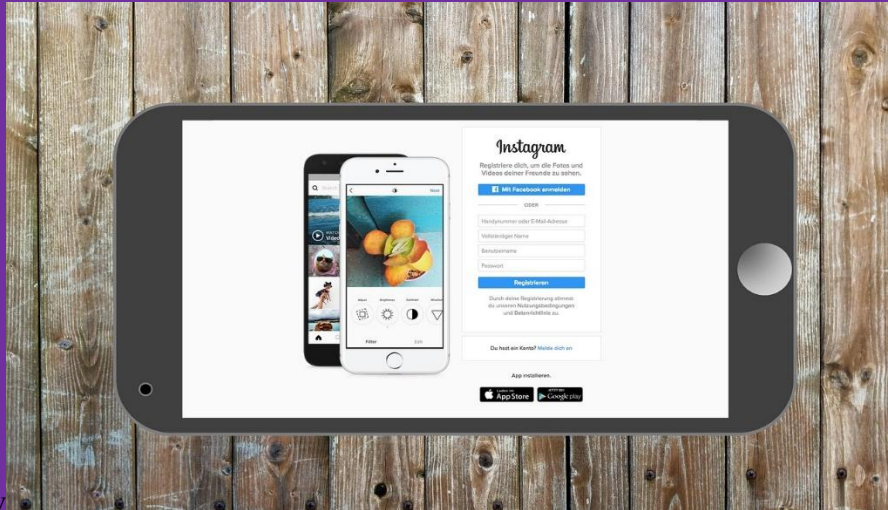




Judul Tugas Akhir Skripsi:

**KOMUNIKASI PERSUASIF KONTEN KESEHATAN MENTAL DI
INSTAGRAM (PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP AKUN
@socialconnect.id)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

NADHIFAH DYAH KUMALA

1910411090



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nadhifah Dyah Kumala

NIM : 1910411090

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bogor, 10 Juli 2026



Nadhifah Dyah Kumala

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadhifah Dyah Kumala
NIM : 1910411090
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**KOMUNIKASI PERSUASIF KONTEN KESEHATAN MENTAL DI
INSTAGRAM (PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP AKUN
@SOCIALCONNECT.ID)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini.
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai
penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 21 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Nadhifah Dyah Kumala

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nadhifah Dyah Kumala
NIM : 1910411090
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Komunikasi Persuasif Konten Kesehatan Mental di
Instagram (Persepsi Generasi Z Terhadap Akun
@socialconnect.id)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 21 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Nadhifah Dyah Kumala

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Nadhiyah Dyah Kumara

NIM : 1910411090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Komunikasi persuasi konten Kesehatan Mental di Instagram (Persepsi Generasi Z terhadap akun @socialconnection)

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 8X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Uljanatunnisa, S. Soc, MA)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian :

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Nadhifah Dyah Kumala
NIM : 1910411090
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Komunikasi Persuasif Konten Kesehatan Mental Di Instagram
(Persepsi Generasi Z Terhadap Akun @Socialconnect.Id)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Penguji 1

(Dr. Kusumanjati, S.Sos., M.Si.)

Penguji 2

(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 20 Juli 2020

KOMUNIKASI PERSUASIF KONTEN KESEHATAN MENTAL DI INSTAGRAM (PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP AKUN

@socialconnect.id)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana Generasi Z usia 19-24 tahun mempersepsikan komunikasi persuasif konten kesehatan mental pada akun Instagram @socialconnect.id. Pemilihan topik kesehatan mental sebagai penelitian didasarkan pada temuan tingginya tingkat gangguan kesehatan mental di Indonesia serta bagaimana pandangan masyarakat terhadap kesehatan mental masih dianggap tabu. Penelitian ini menggunakan metode analisis tematik Braun & Clarke dengan menggabungkan pemahaman dari komunikasi massa Maletzke, komunikasi persuasif dan teori persepsi dari psikologi komunikasi. Hasil penelitian melalui wawancara dengan enam informan menunjukkan bahwa konten komunikasi persuasif @socialconnect.id, memberikan stimulus dalam pembentukan persepsi Generasi Z. Stimulus tersebut didapatkan dari penulisan judul yang menarik, daya tarik visual, penggunaan bahasa yang sederhana, relevansi pesan dengan kondisi informan, serta kredibilitas informasi dimana pembentukan persepsi dipengaruhi oleh faktor internal, faktor situasional dan faktor dalam diri target berupa perasaan kemiripan dengan konten tersebut. Keenam informan wawancara mengalami perubahan pada pengetahuan mengenai kesehatan mental, kesadaran diri, validasi emosi, peningkatan empati dan perubahan sikap seperti melakukan *journaling*, menjaga *boundaries* dan mengunjungi psikolog bukanlah hal tabu, sehingga terbentuklah persepsi yang positif terhadap konten kesehatan mental melalui proses yang dinamis antara konten media, peran media dan kondisi internal individu dalam memaknai stimulus yang diterima.

Kata Kunci: Kesehatan Mental, Persepsi, Instagram, Komunikasi Massa Maletzke

***Persuasive Communication of Mental Health Content on Instagram
(Generation Z's Perception of the @socialconnect.id Account)***

Abstract

This study examines how Generation Z (aged 19–24) perceives persuasive communication regarding mental health content on the Instagram account @socialconnect.id. The choice of mental health as the research topic was based on findings regarding the high prevalence of mental health issues in Indonesia and the fact that mental health remains a taboo subject in society. The study employs Braun & Clarke's thematic analysis method, integrating concepts from Maletzke's mass communication model, persuasive communication, and perception theory from the psychology of communication. Results from interviews with six informants indicate that the persuasive content on @socialconnect.id acts as a stimulus in shaping Generation Z's perceptions. This stimulus arises from engaging headlines, visual appeal, simple language, the message's relevance to the informants' situations, and the credibility of the information; perception formation is further influenced by internal factors, situational factors, and the target audience's sense of personal connection or similarity to the content. All six informants experienced shifts in their mental health knowledge, self-awareness, emotional validation, and empathy, as well as changes in attitudes—such as viewing practices like journaling, setting boundaries, and visiting a psychologist as acceptable rather than taboo. Consequently, a positive perception of mental health content was formed through a dynamic process involving media content, the role of media, and the individuals' internal states in interpreting the received stimuli.

Keywords: Mental Health, Perception, Instagram, Maletzke's Mass Communication Model

KATA PENGANTAR

Penyusunan dan pembuatan tugas akhir skripsi berjudul “Komunikasi Persuasif Konten Kesehatan Mental di Instagram (Persepsi Generasi Z Terhadap Akun @socialconnect.id) yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis menyadari bahwa proses yang panjang ini tidak luput dari bantuan, dukungan, dan bimbingan baik secara emosional dan material. Oleh karenanya, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang senantiasa mendukung penulis:

1. Keluarga inti, Abih, Mama, Kakak dan Adik saya yang selalu mendukung dan menyemangati saya
2. Keluarga besar saya meliputi: Nenek,, Tante, Om dan Sepupu saya yang kerap mendoakan saya
3. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA selaku Dosen Pembimbing dan Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta yang bersedia membimbing, memberikan ilmu dan saran kepada peneliti
4. Ibu Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si dan Ibu Maria Febiana Christanti, S.sos., M.Si selaku dosen penguji satu dan penguji dua SUP atas arahan dan bimbingannya
5. Teman-teman di universitas saya Amirah, Cahaya, Dena, Hasna dan Makay yang selalu menyemagati dan memberikan motivasi selama proses pengerjaan skripsi saya
6. Staf pengajar dan staf administrasi yang membantu kelancaran urusan administrasi
7. Terakhir kepada Pihak social connect yang bersedia menjadi tempat penelitian dan para informan yang bersedia meluangkan waktunya dan menjawab dengan sejujur-jujurnya.

Jakarta, 10 Juli 2026

Nadhifah Dyah Kumala

DAFTAR ISI

HALAMAN TABEL	iii
HALAMAN GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Konsep Penelitian.....	15
2.2.1 Komunikasi Massa	15
2.2.2 Komunikasi Persuasif.....	18
2.2.3 Generasi Z	221
2.2.4 Kesehatan Mental.....	221
2.2.5 Instagram.....	23
2.3. Teori Penelitian	25
2.4. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Objek Penelitian	29
3.2. Jenis Penelitian.....	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data	31
3.4. Sumber Data.....	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5. Teknik Analisis Data	33
3.6. Tabel Rencana Waktu.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian	33
4.2 Hasil Penelitian	37
4.2.1. Analisis.....	33

4.2.1.1. Karakteristik Konten Komunikasi Persuasif sebagai Stimulus Pembentukan Persepsi	55
4.2.1.2 Proses Pembentukan Persepsi Generasi Z.....	59
4.2.1.3 Implikasi Komunikasi Persuasif terhadap Persepsi Positif Generasi Z	62
4.2.2 Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2. Saran.....	72
5.2.1 Saran Akademis.....	73
5.2.2 Saran Praktis.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

HALAMAN TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 Rencana Waktu Penelitian.....	34
Tabel 3 Data Informan.....	36
Tabel 4 Tahap Analisis Tematik Pembuatan Tema dan Kode dari Hasil Data Wawancara	43
Tabel 5 Temuan Tema dan Kode dari Karakteristik Konten Komunikasi Sebagai Stimulus Pembentukan Persepsi	52
Tabel 6 Temuan Tema dan Kode dari Pembentukan Persepsi Generasi Z ..	56
Tabel 7 Temuan Tema dan Kode dari Implikasi Komunikasi Persuasif Terhadap Persepsi Generasi Z.....	59

HALAMAN GAMBAR

Gambar 1 Hasil Laporan Kesadaran Kesehatan Mental di Indonesia.....	1
Gambar 2 Persentase Pengguna Internet Secara Global Januari 2023.....	3
Gambar 3 Elemen Komponen Komunikasi Massa Maletzke	14
Gambar 4 Elemen Komponen Pengaruh Pada Komunikasi Massa Maletzke	15
Gambar 5 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 6 Logo Social Connect	39
Gambar 7 Tata Letak Design Instagram Social Connect	41
Gambar 8 Penggunaan Bahasa Pada Konten Social Connect	41
Gambar 9 Tangkapan Layar Interaksi dengan Follower	41

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1	Pertanyaan Wawancara Generasi Z	81
Gambar 2	Transkrip Wawancara Generasi Z.....	85
Gambar 3	Surat Izin Penelitian Social Connect.....	133
Gambar 4	Dokumentasi Wawancara Generasi Z	134