

# Implementasi Konsultasi Kesehatan Mental melalui Fitur Instagram *Live* pada Akun Media Sosial Instagram @Seributujuan

Rheza Kristiaji, Ani Yuningsih

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia  
rhezakristiaji@gmail.com

**Abstract**— The COVID-19 pandemic, mental health in Indonesia has increased due to activity adjustments during the pandemic. The presence of Instagram social media as an application that is used to seek information and consultation, the Instagram account @seributujuan is one of the companies that is engaged in education, especially mental health. One of the activities carried out in carrying out mental health consultations is by conducting Instagram Live. The purpose of this study is to determine the communication strategy and utilization of Instagram accounts carried out by Seribu Tujuan. The method used in this research is a qualitative method with a case study approach of the constructivism paradigm. By using interview, observation, documentation, and literature study techniques in searching for data. While the theory used is in the form of communication strategy and persuasion theory.

**Keywords**— *Communication Strategy, Persuasion Theory, Mental Health, Health Communication.*

**Abstrak**— Dalam pandemi COVID-19, kesehatan mental di Indonesia semakin mengalami peningkatan dikarenakan adanya penyesuaian aktivitas dalam masa pandemi. Hadirnya media sosial Instagram sebagai salah satu aplikasi yang dimanfaatkan untuk mencari informasi dan konsultasi, akun Instagram @seributujuan merupakan salah satu perusahaan yang berada pada edukasi khususnya terhadap kesehatan mental. Salah satu aktivitas yang dilakukan dalam melaksanakan konsultasi kesehatan mental yaitu dengan melakukan Instagram Live. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi dan pemanfaatan akun Instagram yang dilakukan oleh Seribu Tujuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus paradigma konstruktivisme. Dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka dalam pencarian data. Sedangkan teori yang digunakan berupa strategi komunikasi dan teori persuasi.

**Kata Kunci**— *Strategi Komunikasi, Teori Persuasi, Kesehatan Mental, Komunikasi Kesehatan.*

## I. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang telah terjadi saat ini di seluruh bagian negara di dunia menimbulkan dampak terhadap fisik dan mental seseorang. Terbatasnya ruang

gerak dan beradaptasi dengan kebiasaan baru atau dikenal dengan masa *new normal* menjadikan timbulnya beberapa gejala kesehatan mental yang timbul di kalangan masyarakat. Berikut data masyarakat Indonesia yang mengalami masalah kesehatan mental dalam bulan Agustus 2020:



**Gambar 1.** Jumlah Data Masalah Kesehatan Mental Indonesia

Sumber : <http://pdskji.org/>

Terhitung sejak bulan Maret 2020 dari 4010 data pengguna *Swaperiksa*, sebanyak 64.8% mengalami masalah psikologis atau kesehatan mental. Daerah Jawa Barat dan DKI Jakarta yang dominan dalam mengalami masalah kesehatan mental. Wanita rentan dalam menghadapi kesehatan mental, diantaranya yaitu gangguan seperti cemas, depresi, dan trauma. Berdasarkan umur yang terdapat rentan mengalami masalah kesehatan mental yaitu umur 17-29 tahun dan umur diatas 60 tahun. Hal ini yang mengakibatkan peningkatan yang sampai saat ini terus meningkat dan diperlukannya penanganan dari instansi atau pihak terkait untuk mengurangi jumlah masalah kesehatan mental di Indonesia.

Kesehatan mental memiliki dampak terhadap fisik dan mental seseorang, bahkan dapat mengakibatkan kecenderungan akan hal-hal yang tidak diinginkan. Jika psikis terganggu itu akan mengakibatkan menurunnya kemampuan imun tubuh seseorang yang mana itu bertujuan untuk dapat menangkal virus yang ada dalam tubuh seseorang.

Masalah kesehatan mental yang dialami memiliki berbagai gejala yang berbeda serta timbul karena pemikiran hingga situasi lingkungan yang menciptakan masalah itu

sendiri. Berikut data masalah kesehatan mental terkait pandemi COVID-19 yang dialami oleh masyarakat Indonesia per 23 April 2020:



Gambar 2. Masalah Kesehatan Mental Terkait COVID-19

Sumber : <http://pdskji.org/>

Berdasarkan data tersebut, tiga hal masalah kesehatan mental seperti gejala cemas, gejala depresi, dan trauma psikologis. Gejala seperti cemas yang terjadi dan paling tinggi yaitu takut akan sesuatu yang terjadi dan khawatir berlebihan. Lalu gejala depresi yang dialami tertinggi yaitu gangguan tidur dan kurang percaya diri. Hal itu yang mengakibatkan baik remaja ataupun lansia cenderung untuk mengakses segala bentuk informasi baik mengenai COVID-19 ataupun penanganan kesehatan mental melalui media sosial. (Sumber: Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia).

Sebuah perusahaan yang berkembang saat ini yaitu Seribu Tujuan yang merupakan perusahaan *startup* pada bidang edukasi dalam menginformasikan seputar kesehatan mental. Seribu Tujuan turut membantu semua masyarakat dalam menemukan solusi dan pengetahuan seputar kesehatan mental dari pakar psikologi hingga tenaga pendidikan yang ahli dalam bidangnya untuk merawat dan menjaga *mental health* dan menjaga pola belajar khususnya bagi para remaja saat ini. Melalui media sosial di Instagram @seributujuan inilah mereka memanfaatkan segala fitur, fungsi, hingga konten yang dibagikan sehingga dapat menarik dan memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai pentingnya menjaga kesehatan mental saat ini.

Melihat perkembangan media sosial terutama yang dapat berdampak sangat besar bagi semua penggunanya, fungsi dan pemanfaatan Instagram sangat diperhatikan bagi perusahaan besar yang untuk dapat memberikan informasi kepada khalayaknya. Hal tersebut yang dilakukan oleh Seribu Tujuan yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk memberikan tips ataupun solusi dengan berbagai informasi yang diberikan secara menarik sehingga dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat melalui fitur di Instagram.

Media sosial sangat memiliki kekuatan dimana pengguna mendapatkan pemenuhan kebutuhan baik segi informasi maupun relasi. Hal tersebut dijelaskan oleh Fajarudin bahwa pengguna media sosial akan mendapatkan perhatian berupa interaksi dengan para pengguna media sosial lainnya dan bertukar informasi baik pendapat hingga

relasi atau koneksi.

Salah satu fitur yang digunakan dalam *sharing* seputar layanan konsultasi kesehatan mental, Instagram @seributujuan menggunakan fitur *Instagram Live* yang akan dilakukan untuk berinteraksi dengan *followersnya*. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui implementasi konsultasi Kesehatan mental akun Instagram @seributujuan

*Instagram Live* yang dilakukan oleh @seributujuan cukup rutin dalam melakukan kegiatan tersebut dengan mengangkat berbagai tema yang menarik serta dapat berinteraksi langsung dengan pengguna Instagram lainnya. Kegiatan ini merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan dalam membantu perkembangan serta sosialisasi kesehatan mental di Indonesia.

Salah satu alasan peneliti mengangkat implementasi konsultasi kesehatan mental melalui media sosial Instagram karena ingin mengetahui penerimaan informasi yang didapatkan oleh masyarakat atau *followers* dalam membantu informasi seputar kesehatan mental yang disampaikan oleh Seribu Tujuan melalui akun Instagram @seributujuan. Dan juga perancangan konten yang disiapkan bagi perusahaan Seribu Tujuan dalam menyampaikan informasi di media sosial Instagram.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Implementasi Konsultasi Kesehatan Mental Melalui Fitur Instagram Live Pada Akun Media Sosial Instagram @seributujuan?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui proses penyampaian konten melalui akun instagram @seributujuan.
2. Untuk mengetahui proses interaksi *followers* dalam konsultasi melalui akun instagram @seributujuan.
3. Untuk mengetahui jenis konsultasi yang diberikan oleh akun instagram @seributujuan
4. Untuk mengetahui alasan akun instagram @seributujuan menggunakan fitur instagram *live*.

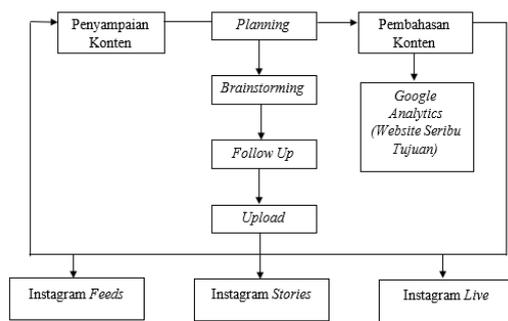
## II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian fokus pada satu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat dengan menggunakan elemen-elemen yang merujuk pada ilmu pengetahuan. Dengan menggunakan teknik analisis data berupa wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi yang dilakukan, sehingga dapat dilihat hasil dari penelitian yang dilakukan.

Subjek penelitiannya ialah Kak Jennifer Budimulya sebagai *Chief Excecutive Officer*, Kak Indigo Keyla sebagai *Marketing Strategist & Business Development* dan Kak Arisya Ghina Ramadhan sebagai *Social Media Content Writer & Instagram Live Coordinator*.

### III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

#### A. Proses Penyampaian Konten Melalui Instagram



Gambar 3. Bagan Proses Penyampaian Konten Melalui Instagram

Sumber: Olahan Data Peneliti

Peneliti membuat bagan mengenai proses penyampaian konten melalui instagram yang bertujuan sebagai alur pembahasan. Dimulai dari penyampaian konten dengan berbagai tahapan, pembahasan konten dalam instagram, dan target penerima konten di Seribu Tujuan. Hasil yang ditemukan pada peneliti akan dipaparkan dibawah ini. Berikut bagan pembahasan dalam proses penyampaian konten.

#### Penyampaian Konten

Dalam tahap penyampaian konten yang dilakukan oleh seribu tujuan tentu memiliki strategi tertentu agar dapat tersampaikan dengan baik. Peneliti menanyakan kepada tiga informan dan mendapatkan perspektif yang berbeda dalam menyampaikan konten. Tetapi tetap fokus terhadap konten yang diupload sesuai dengan ketentuan yang sudah di rencanakan sebelumnya. Onong Uchjana Effendy, menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang baik terdapat dua aspek yakni, makro (*Planned multimedia strategy*) dan mikro (*single communication medium strategy*). Hal tersebut yang dilakukan juga oleh Seribu Tujuan untuk menggunakan waktu kurang lebih 6 bulan dalam memnyiapkan konten yang akan diangkat yang kemudian akan diangkat pada waktu yang telah ditentukan.

Penyampaian konten yang dilakukan oleh Seribu Tujuan melalui akun instagram digunakan secara maksimal agar semua konten yang sudah di rancang sebelumnya dapat maksimal ketika penyampaian dalam akun instagram @seributujuan.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti melihat bahwa ada beberapa tahapan proses penyampaian konten di akun Instagram @seributujuan, berikut tahapan yang dilakukan :

##### 1. Planning

Tahap *planning* dilakukan untuk mencari topik utama yang akan diangkat dalam waktu 6 bulan dengan topi yang berbeda di setiap bulannya. Dalam tahap ini, penentuan topik garis besar ditentukan oleh Departemen *executive* diantaranya *Chief Executive Officer*, *Chief Financial Officer*, dan *Marketing Strategist & Business Development*.

##### 2. Brainstorming

Dalam tahap *brainstorming* dilakukan dengan masing-masing departemen untuk membahas lebih lanjut mengenai konten yang akan dibahas. Riset pencarian data hingga konten secara spesifik akan menjadi pembahasan yang akan dilakukan pada tahap ini.

##### 3. Follow Up

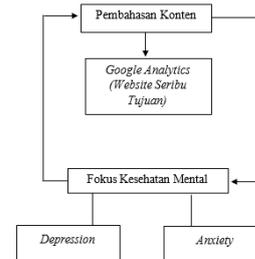
Proses *follow up* akan memastikan bahwa semua konten telah selesai baik dalam segi materi, desain, serta komponen lainnya yang kemudian akan di cek kembali oleh departemen *executive* untuk *quality control* topik pembahasan dalam setiap bulannya.

##### 4. Upload

Tahapan terakhir untuk melakukan eksekusi terhadap konten yang telah dibuat. Upload konten dalam instagram @seributujuan dengan fitur *feeds*, *stories*, dan menghubungi narasumber terkait untuk kegiatan *instagram live*.

#### Pembahasan Konten

Konten yang akan diangkat dalam instagram @seributujuan tentunya sudah melalui tahap pencarian data terbanyak untuk mengetahui topik yang sangat diminati oleh *followers* akun instgram @seributujuan. Peneliti menanyakan kepada tiga informan dan mendapatkan hasil bahwa konten yang paling banyak dicari yaitu *depression* dan *anxiety*.



Gambar 4. Bagan Pembahasan Konten Seribu Tujuan

Sumber: Olahan Data Peneliti

Dengan kata lain, Seribu tujuan memberikan informasi kepada *followers* untuk mendapatkan penanganan dan solusi yang tepat, sekaligus mendapatkan pengetahuan seputar kesehatan mental yang sedang dihadapi. Maka, sesuai dengan komponen komunikasi menurut lasswel, Seribu Tujuan sebagai komunikator, masyarakat sebagai komunikan, pesan yang disampaikan yaitu kesehatan mental pada topik khusus yaitu *depression* dan *anxiety*, media nya melalui akun media sosial instagram @seributujuan, serta memiliki efek untuk mengetahui serta mendapatkan solusi dari Seribu Tujuan

Menurut Alo Liliweri (2013) yang disebut dengan *The Communication Initiative (The CI)* sebagai strategi kombinasi untuk menyediakan informasi pada waktu yang tepat serta mengembangkan komunikasi terhadap mereka yang membutuhkan untuk memperbaiki masalah kesehatan. Hal tersebut yang dilakukan oleh Seribu Tujuan dengan tujuan awal untuk memberikan edukasi dan informasi kepada masyarakat Indonesia mengenai kesehatan mental dengan cara memanfaatkan berbagai fitur instagram.

Seribu Tujuan menggunakan data dari *google analytics* untuk mengetahui topik yang sangat dicari dan dibutuhkan untuk masyarakat Indonesia mengenai kesehatan mental. Hal itu diambil dari website Seribu Tujuan.

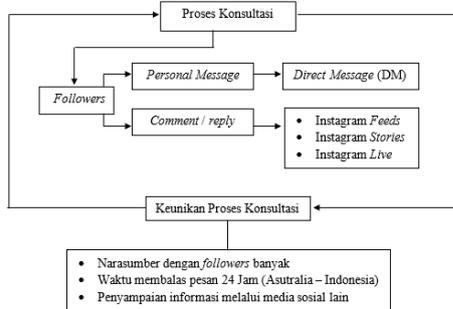
Views by Page title and screen class

PAGE TITLE AND SCREE...	VIEWS	CHANGES
Mindfulness   Seribu Tujuan	75	↑ 4.2%
Apa itu Keseha... Seribu Tujuan	87	↑ 135.1%
@seributujuan   Links	31	↓ 64.8%
Tips dan cara ... Seribu Tujuan	65	↑ 27.5%
Solusi kesehat... Seribu Tujuan	45	↓ 18.2%
PTSD   Seribu Tujuan	45	↑ 36.4%
Belajar   Seribu Tujuan	20	↓ 63.6%

Last 7 days ▾ View pages and screens →

Gambar 5. Pencarian Topik Dengan *Google Analytics*

## B. Pembahasan Proses Interaksi Followers Dalam Konsultasi Melalui Instagram



Gambar 6. Bagan Pembahasan Proses Interaksi Followers Dalam Konsultasi Melalui Instagram

Sumber: Olahan Data Peneliti

### Proses Konsultasi

Seribu Tujuan sangat menerima pesan konsultasi yang dilakukan oleh *followers* nya melalui Instagram. Secara keseluruhan bahwa pesan yang masuk baik itu melalui *comment* atau *reply* dari *stories* ataupun pada saat *instagram live*, ataupun yang mengirimkan *direct message* akan dibalas dengan bahasa informal tergantung terhadap topik yang dipertanyakan. Mengingat tujuan praktis menurut dalam Liliweri bahwa dengan komunikasi kesehatan terdapat pemahaman pengetahuan melalui media, yaitu akun *instagram @seributujuan*, serta memiliki prinsip dan proses komunikasi.

Hal tersebut diungkapkan oleh Jalaluddin Rakhmat bahwa terdapat tiga hal pokok yang berkaitan dengan isi pesan, yaitu organisasi pesan, struktur pesan, dan imbauan pesan. Pesan yang masuk akan dibalas sesuai dengan keperluan dalam menghubungi *instagram @seributujuan*.

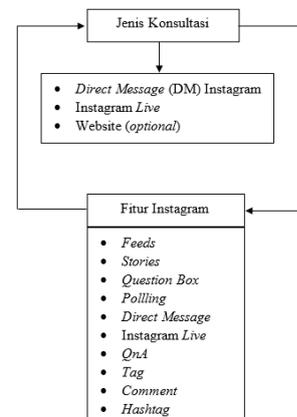
### Proses Konsultasi

Keunikan dari Seribu Tujuan dalam melakukan konsultasi terfokus pada informasi yang diberikan melalui berbagai media sosial *platform* yang tersedia, seperti *instagram*, *YouTube*, dan lainnya yang dapat diakses dengan mudah.

Mengingat karyawan yang berada di Seribu Tujuan berada di 2 zona waktu yang berbeda antara Australia dan Indonesia, maka dalam membalas pesan dapat dikatakan aktif dalam kurun waktu 24 jam tergantung kepentingan dan peluang dalam menghubungi Seribu Tujuan. Dalam menguhadirkan narasumber dalam aktivitas *instagram live*, selalu yang memiliki *impact* besar kepada kedua belah pihak yaitu Seribu Tujuan dan narasumber itu sendiri dalam menarik penonton atau kata lain dari *followers* akun tersebut untuk menyaksikan aktivitas *instagram live* yang diselenggarakan tersebut.

Dalam hal ini, Seribu Tujuan melakukan aspek persuasi dimana pesan yang disampaikan mudah dipahami (*ethos*), membalas pesan dalam waktu yang cepat serta memberikan data yang akurat (*logos*), serta dengan menonton *instagram live* akan mengubah cara berfikir dari pada *followers* (*pathos*).

## C. Pembahasan Jenis Konsultasi Melalui Instagram



Gambar 7. Bagan Pembahasan Jenis Konsultasi Melalui Instagram

Sumber: Olahan Data Peneliti

### Jenis Konsultasi

Dalam konsultasi yang digunakan oleh Seribu Tujuan melalui *instagram*, untuk saat ini mereka hanya melayani via *direct message* (DM), dan komentar di *instagram live* yang dapat di jawab langsung dengan narasumber yang berkaitan. Diluar *instagram* pun mereka menerima pertanyaan melalui website, tetapi fokus utama mereka yaitu pada media sosial *instagram @seributujuan*.

### Fitur Instagram

Memfaatkan segala fitur yang dimiliki *instagram* saat ini, menjadikan Seribu Tujuan dapat menginformasikan berbagai konten yang berbeda dengan berbagai fitur yang menarik sehingga dapat berinteraksi dengan masyarakat terutama kepada *followers* *instagram @seributujuan*. Fitur yang dimanfaatkan oleh *instagram @seributujuan* adalah sebagai berikut:

#### 1. Feeds

Fitur ini digunakan untuk *upload* konten topik utama yang telah ditentukan di setiap bulannya dan menjadi sarana untuk dapat berdiskusi melalui kolom komentar.

2. *Instagram Stories*  
Fitur ini dimanfaatkan bagi Seribu Tujuan untuk kembali mempromosikan konten yang telah di *upload* di *feeds* atau mempromosikan aktivitas yang akan mendatang seperti event, *instagram live*, kolaborasi, dan lainnya.
3. *Question Box*  
Ditambahkan dalam fitur *instagram stories* dimana akan memberikan sebuah pertanyaan kepada *followers* dan memnita pendapat atau keluhan yang dirasakan oleh *followers*, yang kemudian akan dijawab secara personal melalui *Direct Message* (DM) atau diarahkan kepada konten yang telah di *upload* di *feeds*.
4. *Polling*  
Ditambahkan dalam fitur *instagram stories* dan akan melihat respon dari *followers* dalam menentukan sebuah pilihan atau pernyataan terhadap suatu topik tertentu.
5. *Direct Message*  
Merupakan pesan secara personal antara *followers* dengan Seribu Tujuan yang dapat berisi pesan atau konsultasi yang kemudian akan diberikan arahan lebih lanjut.
6. *Instagram Live*  
Aktivitas yang dilakukan setiap bulannya dan memiliki topik yang berbeda, dan mengikuti topik utama yang sedang di publikasikan di *feeds* *instagram @seributujuan*. Dapat juga berkonsultasi secara langsung pada sesi tanya jawab.

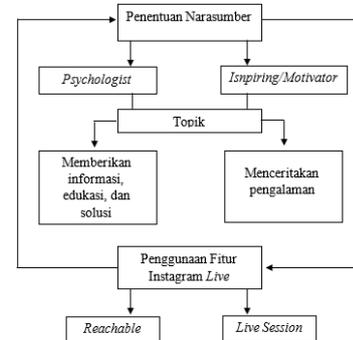


Gambar 8. Instagram Live Dengan Narasumber

7. *Qna*  
Fitur dalam *instagram live* untuk mengumpulkan pertanyaan yang kemudian akan ditampilkan kepada khalayak lain yang sedang menonton *live* tersebut.
8. *Tag*  
Fitur yang digunakan hanya saat adanya kolaborasi atau kerjasama terhadap pihak tertentu.
9. *Comment*  
Membalas setiap pertanyaan yang masuk baik melalui *direct message*, komentar di *feeds* dan *stories*. Komentar yang masuk diberikan oleh *followers* yang berinteraksi mengenai sebuah konten.
10. *Hashtag*

Tagar yang digunakan dalam setiap post di *feeds* *instagram @seributujuan* diantaranya #SeribuTujuan, #KesehatanMental, #MentalHealth, dan #Indonesia. Akan ada tambahan tagar lain jika ada sebuah topik yang diangkat atau hubungan kerjasama atau kolaborasi dengan pihak terkait.

D. Pembahasan Alasan Penggunaan Fitur Instagram Live



Gambar 9. Bagan Penggunaan Fitur Instagram Live

Sumber: Olahan Data Peneliti

Penggunaan Fitur Instagram Live

Fitur *instagram live* yang dilakukan oleh seribu tujuan memiliki peluang lebih banyak bagi masyarakat atau *followers* untuk berinteraksi secara langsung baik dengan *host* ataupun narasumber untuk membahas sebuah konten dengan sesi tanya jawab yang berlangsung selama *live*. Terlihat menarik serta dapat menjangkau semua orang dengan mudah dan membuka kesempatan untuk narasumber menyampaikan informasi yang ingin disampaikan melalui sebuah topik. Tak hanya dapat memberikan edukasi dan infomrasi, tetapi juga dapat memanfaatkan semua fitur yang ada di *instagram live* seperti *title*, *commnet*, serta *go live with a friend* untuk mengundang narasumber dan melakukan interaksi dalam *live* berdua.

Penentuan Narasumber

Dalam kurun waktu yang telah ditentukan, Seribu Tujuan akan menghubungi narasumber melalui kontak yang tersedia melalui *instagram* narasumber. Mengirimkan TOR untuk meberikan penjelasan mengenai aktvitasi *instagram live* yang akan dilakukan bersama Seribu Tujuan. Dalam menentukan narasumber, Seribu Tujuan membagi kualifikasi narasumber sebagai berikut :

1. *Psychologist*

Seseorang yang telah menguasai pada bidangnya serta memberikan informasi dan solusi yang akurat kepada masyarakat atau *followers* sehingga tidak adanya kesalahpahaman dalam menerima informasi dan dapat dipertanggung jawabakan.

2. *Inspiring/motivator*

Seseorang yang pernah berada dalam suatu permasalahan dan dapat meyelesaikan masalahnya tersebut dan saat ini dapat menceritakan dan berbagi kisahnyanya kepada masyarakat atau *followers*.

Tetapi kedua narasumber tersebut saling mengimbangi satu sama lain dalam menyampaikan infomasi kepada

khalayak agar pemahaman informasi yang disampaikan dapat diterima dengan mudah tanpa adanya *miss communication* antara dua belah pihak.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada implementasi konsultasi kesehatan mental melalui fitur instagram *live* pada akun media sosial instagram @seributujuan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan pertanyaan dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan yaitu sebagai berikut:

1. Proses penyampaian konten di Seribu Tujuan memiliki tahapan sebelum pada akhirnya dapat dibagikan dalam semua media sosial Seribu Tujuan termasuk instagram @seributujuan. Terdapat empat tahap yang dilakukan untuk memastikan konten tersebut dapat diterima dengan baik dari segi bahasa, desain, serta informasi yang disampaikan kepada masyarakat atau *followers* sehingga dapat mudah dimengerti serta tidak adanya kesalahpahaman dalam menerima informasi yang diberikan oleh Seribu Tujuan. Konten tersebut di publikasikan dalam tiga fitur di instagram yaitu *feeds*, *instagram stories*, dan *instagram live*. Topik yang diangkat telah dilihat melalui *google analytics* untuk mengetahui topik yang dicari lebih banyak oleh masyarakat melalui website Seribu Tujuan. Dan saat ini, Seribu Tujuan fokus terhadap permasalahan *depression*, *anxiety*, dan tidak menutup kemungkinan topik pembahasan lainnya akan diangkat tergantung dengan kepentingan sebuah permasalahan tersebut.
2. Proses interaksi *followers* dalam konsultasi melalui instagram @seributujuan hampir sepenuhnya hanya tersedia melalui instagram. Menggunakan fitur yang dimiliki oleh instagram, @seributujuan menerima konsultasi atau cerita secara personal seperti *direct message*, dan memberikan komentar di setiap konten yang di *upload* di instagram @seributujuan. Keunikan dari Seribu Tujuan adalah sebagai perusahaan yang karyawan nya tinggal di dua negara berbeda yaitu Australia dan Indonesia yang memungkinkan untuk dapat membalas pesan dalam kurun waktu 24 jam. Selalu memberikan narasumber yang ahli di bidangnya serta memiliki jumlah *followers* yang sudah cukup banyak sehingga dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Keunikan lainnya bahwa Seribu Tujuan juga aktif dalam membuat artikel di website, serta media sosial lain yang dimilikinya.
3. Jenis konsultasi akun instagram @seributujuan dapat melalui *direct message*, memberikan komentar saat melakukan *instagram live*, serta diluar dari itu juga terdapat pesan yang dikirim melalui website. Memanfaatkan fitur yang dimiliki oleh instagram untuk menunjang proses konsultasi dengan

masyarakat atau *followers*. Salah satunya *instagram live* yang akan membuka peluang bagi masyarakat untuk bertanya langsung kepada narasumber yang ahli pada bidangnya untuk meminta informasi atau solusi terkait.

4. Alasan penggunaan fitur *instagram live* salah satunya dapat menjangkau semua kalangan masyarakat dengan mudah, serta dapat dilihat dan didengarkan kapanpun dan dimanapun. Memiliki persiapan yang minim, tetapi ditambahkan dengan sesi tanya jawab dimana masyarakat atau *followers* dapat bertanya kepada narasumber secara langsung. Dalam penentuan narasumber untuk melakukan *instagram live*, dapat dilihat dari kebutuhan topik pembahasan. Terdapat dua klasifikasi untuk menjadi narasumber, yaitu sebagai seorang psikologi yang memberikan informasi dan solusi yang tepat dan terarah, dan seseorang yang menginspirasi untuk menceritakan pengalamannya kepada masyarakat. Hal tersebut harus diimbangi dengan tenaga ahli yang paham dalam bidangnya agar tidak adanya kesalahpahaman dalam menerima informasi.

#### ACKNOWLEDGE

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada perusahaan Seribu Tujuan yang telah mendukung dan membantu dalam memberikan data maupun informasi untuk tujuan penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, E. 2017. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media. Hlm 117-118
- [2] Effendy, O. U. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- [3] Fajarudin, M. N. 2020. *Kejamnya Sosial Media. Media Sosial Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Bandung. Intrans Publishing Group. Hlm 11.
- [4] Liliweri, A. 2009. *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. Hlm 52-53.
- [5] Liliweri, A. 2018. *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. Hlm 53-54.
- [6] Liliweri, A. 2013. *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [7] Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media. Hlm 39.

- [8] Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [9] Suryadi, E. 2018. *Strategi Komunikasi ; Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. Hlm 31.
- [10] Weninggalih, Laras, Fuady, M E. (2021). Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Jurnal Riset Public Relation*, 1(1). 22-32