

Menggali Makna Hidup Influencer Inspiratif di Media Sosial

Natasha Febriani Fidrian¹, Riana Sahrani²

^{1,2} Universitas Tarumanagara

e-mail: natasha.705210153@stu.untar.ac.id¹, rianas@fpsi.untar.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini menggambarkan makna hidup influencer yang menginspirasi generasi muda di media sosial. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, terutama generasi muda yang sering menggunakan platform ini untuk mencari informasi, hiburan, dan inspirasi. Influencer memiliki peran besar dalam membentuk pandangan, nilai, dan perilaku pengikutnya melalui konten yang mereka bagikan. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat gambaran makna hidup Influencer yang dapat berdampak positif terhadap generasi muda. Penelitian ini dilakukan pada 5 Influencer yang memiliki pengikut di media sosial minimal 10.000 berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 17 sampai 40 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dan hasilnya menunjukkan bahwa makna hidup para influencer berakar pada kegiatan berbagi pengalaman, memberikan inspirasi, serta memotivasi audiens mereka. Faktor-faktor yang berperan penting dalam pembentukan makna hidup ini meliputi pengalaman pribadi, dukungan sosial, dan tujuan hidup. Para influencer merasa bahwa aktivitas mereka di media sosial tidak hanya berdampak pada audiens tetapi juga memberikan kepuasan pribadi karena mampu membantu orang lain. Studi ini menyoroti peran penting influencer sebagai agen perubahan yang mampu memberikan dampak positif terhadap generasi muda, khususnya dalam membantu mereka menemukan arah dan tujuan hidup yang bermakna.

Kata kunci: *Influencer, Inspirasi, Makna Hidup, Media Sosial, Generasi Muda*

Abstract

This study aims to describe the meaning of life for influencers who inspire young generations through social media. In the current digital era, social media has become an integral part of society, especially for young people who often use these platforms to seek information, entertainment, and inspiration. Influencers play a significant role in shaping their followers' perspectives, values, and behaviours through shared content. This research explores how influencers perceive life's meaning and how their insights can positively impact young generations. The study was conducted with five male and female influencers aged 17 to 40, with a minimum of 10,000 followers on social media. In the qualitative approach with a descriptive phenomenological method, data were collected through in-depth interviews. The findings reveal that the influencers' meaning in life is rooted in sharing experiences, providing inspiration, and motivating their audience. Key factors contributing to forming this meaning include personal experiences, social support, and life goals. Influencers expressed that their social media activities impact their audience and provide personal satisfaction through helping others. This study highlights the vital role of influencers as agents of change, capable of positively impacting young generations, particularly in assisting them in discovering meaningful life directions and purposes.

Keywords : *Influencers, Inspiration, Meaning of Life, Social Media, Young Generation.*

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial semakin besar di Indonesia, menurut ICT Watch saat ini penggunaan ponsel mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk di Indonesia (Purbohastuti, 2017). Media sosial merupakan sarana yang baru bagi masyarakat karena di dalam media sosial kita dapat melakukan komunikasi jarak jauh tanpa harus bertatap muka secara

langsung dan mendapatkan informasi terbaru dari jarak jauh dimanapun, tanpa memandang status sosial, kini media sosial dapat membuat individu yang sudah tidak bertemu bertahun-tahun menjalin komunikasi lagi, hal ini memudahkan dan dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh penggunanya (Dwi & Watie, 2011). Media sosial merupakan revolusi besar yang dapat mengubah perilaku manusia dewasa dimana relasi pertemanan dilakukan melalui digital yang dioperasikan melalui situs-situs jejaring sosial (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Sejarah media sosial awal mula hadir di era 70-an, pada saat itu masyarakat menemukan papan buletin yang dapat menghubungkan satu individu dengan individu lain melalui surat elektronik atau mengunggah dan mengunduh perangkat lunak yang dapat dilakukan dengan saluran telepon yang modern (Cahyono, 2016). Sosial media berkembang pesat dari tahun ke tahun, semakin banyak aplikasi yang tersedia untuk digunakan masyarakat dengan berbagai macam karakteristik yang berbeda-beda, menurut riset *We are Social* aplikasi yang sering digunakan adalah Youtube, Instagram, Twitter, dan Facebook (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Media sosial memiliki pengertian bahwa media sosial merupakan salah satu sarana media yang dimana pengguna tersebut dapat terinspirasi saat memainkannya, seperti berbagi pesan, membuat blog, jejaring sosial, ensiklopedia online, forum-forum, dan termasuk dunia virtual (Doni, 2017). Ada dua pandangan pengertian media sosial yang dikemukakan berbeda dari suatu sumber, yang pertama menurut (Kaplan & Haenlein, 2010) media sosial adalah aplikasi internet yang mendukung pembuatan dan pertukaran konten karya bagi penggunanya dan hal ini dapat memiliki kemungkinan kehadirannya level sosial, sedangkan menurut Carr dan Hayes (2015) media sosial adalah saluran berbasis internet yang membuat penggunanya dapat berinteraksi oportunistik dan selektif dalam menampilkan dirinya dari real time maupun tidak, audience yang kecil atau luas, yang mendapatkan nilai dari kontennya atau persepsi baru dari pengikutnya (Pujiono, 2021).

Dengan adanya keberadaan media sosial, sekarang masyarakat cenderung melakukan komunikasi atau chat lewat daring lewat layanan aplikasi yang tersedia namun selain menjadi alat komunikasi dan bersosialisasi, media sosial dapat membentuk opini, sikap dan perilaku bagi masyarakat yang menggunakan media sosial (Pujiono, 2021). Media sosial terdiri dari dua susun kata dimana 'media' memiliki pengertian alat komunikasi sedangkan 'sosial' merupakan bahwa setiap individu atau masyarakat melakukan kegiatan yang dapat memberikan kontribusi (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Menurut data survey yang dilakukan Kementerian Kominfo menunjukkan lima media sosial terpopuler di Indonesia, pertama Facebook (65 juta pengguna), kedua Twitter (19,5 juta pengguna), ketiga Google+ (3,4 juta pengguna), keempat LinkedIn (1 juta pengguna), dan kelima Path (700 ribu pengguna) (Anwar, 2017).

Data pengguna internet di Indonesia menurut Kementerian Kominfo mencapai 63 juta orang dari angka tersebut 95% penggunanya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Bahkan menurut data yang dilakukan oleh Kepios, pengguna media sosial di seluruh dunia sebesar 5,7 billion setara dengan 63,7% dari populasi masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial adalah kumpulan dari perangkat lunak yang digunakan individu sebagai komunitas baru, sharing apapun, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus mereka dapat bermain game bersama (Nasrullah, 2015). Menurut Supratman karena perkembangan teknologi informasi yang terjadi di media sosial menjadikan generasi milenial dan generasi selanjutnya akan menjadi generasi native digital yang memiliki pengertian generasi yang lahir saat internet telah menjadi integral mereka (Gultom, 2021). Menurut Van Dijk platform media sosial difokuskan untuk individu dalam beraktifitas dan berkolaborasi (Nasrullah, 2015). Menurut data statistik pengguna media sosial di Indonesia terbanyak ada di umur 18-34 tahun dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) dan jenis kelamin laki-laki (48,7%) (Panggabean, 2024).

Berdasarkan data badan pusat statistik penggunaan media sosial di Indonesia lebih banyak digunakan oleh generasi muda, sebanyak 96,28% anak muda menggunakan handphone untuk mengakses internet diantaranya 84,37% untuk media sosial, 84,28% untuk berita, 83,78% untuk hiburan, 29,45% untuk informasi barang atau jasa, 28,52% untuk belanja, 17,66% untuk email, 12,77% untuk pembelajaran online, 6,64% untuk membuat konten, 10,99% untuk finansial, 5,28% untuk penjualan jasa, dan 6,35% untuk lainnya.

Media sosial terbagi menjadi delapan fungsi kategori yang pertama identity, conversations, sharing, presence, relationship, groups and passion (Octavia et al.,). Pertumbuhan relevansi dan peran media sosial dalam kehidupan kita sehari-hari belakangan ini telah menciptakan jenis profesi baru yaitu influencer atau mikro selebritas (Marwick, 2013). Menurut kamus Cambridge, influencer adalah seseorang yang mempengaruhi atau mengubah cara orang lain berperilaku atau seseorang yang dibayar oleh perusahaan untuk menampilkan dan mendeskripsikan produk dan layanannya di media sosial media, mendorong orang lain untuk membelinya (Cambridge Dictionary, 2020).

Di dunia media sosial ada istilah Influencer, merupakan seseorang yang memiliki pengikut atau followers yang banyak di media sosialnya. Menurut Djafarova & Rushworth (2017) potensi yang dimiliki sebagai seorang influencer tidak bisa dipandang suatu hal yang kecil. Influencer adalah merupakan individu yang perkataannya dapat mempengaruhi orang lain, menjadi influencer tidak harus berasal dari selebritas namun seseorang bisa dikatakan menjadi influencer adalah jika seseorang tersebut memiliki banyak pengikut dan perkataannya dapat mempengaruhi orang lain (Sugiharto et al., 2018). Influencer adalah individu yang cukup punya banyak followers dan audience di media sosialnya dan mereka mempunyai pengaruh yang cukup kuat ke audience mereka (Theodora & Kurnia, 2022).

Influencer dipandang oleh audience atau konsumen sebagai sumber yang informatif yang positif, otentik, kredibel, dan membumi (Erfiana & Purnamasari, 2023). Influencer di media sosial telah menjadi pemimpin opini saat ini dan bertindak sebagai merek duta besar di jejaring sosial (Mewengkang et al., 2023). Dari perspektif relasional, influencer bertujuan untuk menjalin hubungan jangka panjang yang dalam dengan pengikutnya (Tafesse dan Wood, 2021). Menurut pandangan Lou dan Yuan influencer terbagi menjadi 2 tipe, tipe pertama adalah influencer yang terkenal berasal dari media tradisional yang didasari dari pencapaian mereka seperti aktor, atlet, politikus, sedangkan salah satunya berasal dari orang biasa yang menjadi selebritas online melalui membagikan konten yang mereka buat sendiri tentang berbagai topik dan mendapatkan banyak pengikut seperti contoh blogger (Sesar et al., 2022).

Influencer adalah seseorang yang memiliki karakter kredibilitas, keahlian, atau antusiasme, atau atribut jaringan seperti konektivitas atau sentralitas yang memungkinkan mereka memengaruhi sejumlah besar orang lain secara tidak proporsional (Bakshy et al., 2011). Influencer adalah semacam agensi kreatif dan media modern, mereka membuat video berkali-kali sendirian, terkadang mereka memiliki tim produksi kecil, namun sebagian besar merupakan satu orang dan agensi media karena ketika influencer memiliki ratusan ribu penggemar yang jelas dan antusias, penargetan dan jangkauan menjadi sangat mudah (Josef et al., 2019).

Influencer terbagi menjadi 4 jenis berdasarkan pengikutnya, yang pertama ada Mega-influencer dimana mereka ini mempunyai pengikut lebih dari 1 juta pengikut di sosial media, biasanya mereka memiliki personal branding yang baik sehingga suatu brand jika ingin meningkatkan brand awareness dan menjangkau audience lebih banyak akan memilih mereka, yang kedua ada micro-influencer yaitu mereka yang memiliki mulai dari 500.000 hingga 1 juta pengikut di media sosial mereka, yang ketiga ada micro-influencer yaitu mereka dengan 10.000 hingga 100.000 pengikut di media sosial mereka dan yang terakhir ada nano-influencer dimana mereka memiliki pengikut kurang dari 10.000 di media sosial mereka (Erfiana & Purnamasari, 2023). Konten media sosial mereka adalah media periklanan pilihan bagi perusahaan kelompok sasaran yang lebih muda semakin sulit dijangkau dengan media tradisional. aktivitas media yang mereka sukai adalah, misalnya, menonton konten platform streaming video (13% 16-19 tahun, 18% 20-24 tahun) atau menonton konten media (19% 16–19 tahun, 21% 20-24 tahun) (Audiencenet, 2018).

Influencer digambarkan berada di antara keduanya teman dan selebriti jauh (Chae, 2017). Seperti teman yang berbagi minat, nilai, dan gaya hidup yang sama (Casalo et al., 2020; Sokolova dan Perez, 2021). Menjadi influencer tidak hanya untuk mencari uang atau menjadikan pembelajaran, dapat dilihat dari influencer Nadhira Tuffahati ia ingin mengajak pengikutnya untuk mengadopsi sudut pandang positif terhadap kecantikan dan perawatan kulit, dengan membagikan konten yang menginspirasi, dia mendorong para pengikutnya untuk menerima dan merayakan keunikan kulit mereka sendiri (Tarigan, 2024). Salah satu influencer yang menginspirasi bernama

Helo Bagas dengan akun Instagram yang memiliki 1,1 jt followers, di kontennya dia ingin menjadi influencer dengan dampak positif, dia membuat konten podcast yang diciptakan untuk individu yang susah untuk tidur dan mengalami stress agar lebih tenang (Prasetya dan Hastuti, 2021). Influencer juga bisa dianggap sebagai seorang aktivis yang terhubung dengan baik, memiliki dampak signifikan, berpikir aktif, dan menjadi trendsetter bagi para pengikutnya (Anjani & Irwansyah, 2020). Dalam kehidupan sehari-hari, terdapat berbagai tuntutan sosial tidak langsung yang harus dipenuhi untuk menyenangkan dan memenuhi harapan penggemar online mengenai diri mereka (Fadhila et al., 2023). Banyak penggemar online mengharapkan untuk selalu melihat sisi terbaik dari influencer TikTok favorit mereka, harapan ini kemudian menjadi tuntutan sosial yang tidak tertulis bagi influencer TikTok dan selebritas online lainnya untuk selalu mempertahankan penampilan terbaik, tanpa memperhatikan apa yang sedang mereka alami dalam kehidupan nyata (Fadhila et al., 2023). Dalam dunia media sosial, banyak pengguna yang menganggap bahwa pengikut mereka adalah penggemar yang harus diberi kesan tertentu (Fadhila et al., 2023).

Dalam konteks digital saat ini, influencer di media sosial sering menjadi model bagi anak muda dalam mencari dan memahami makna hidup mereka, influencer yang menginspirasi cenderung membagikan pengalaman pribadi, pandangan hidup, dan nilai-nilai yang dapat memberikan panduan atau inspirasi bagi anak muda yang sedang mencari makna dalam hidup mereka. Sebuah penelitian oleh Vrontis et al (2021) menunjukkan bahwa interaksi dengan influencer di media sosial dapat memberikan dampak signifikan terhadap bagaimana anak muda membentuk identitas diri mereka dan menemukan makna melalui nilai-nilai yang diperoleh dari konten yang mereka konsumsi secara online. Influencer yang menginspirasi cenderung membagikan pengalaman pribadi, pandangan hidup, dan nilai-nilai yang dapat memberikan panduan atau inspirasi bagi anak muda yang sedang mencari makna dalam hidup mereka, sebuah studi menunjukkan bahwa influencer yang autentik dan relatable memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap pengikutnya, terutama dalam hal mempengaruhi sikap dan nilai-nilai yang terkait (Veirman et al., 2017).

Menurut Frankl makna tidak terdapat dari jenis pekerjaan orang tersebut tapi bagaimana orang tersebut menjalankan pekerjaannya (Koeswara, 1992). Makna hidup menurut Frankl adalah pencapaian hidup yang diinginkan dan dirindukan oleh individu dengan berbagai bentuk yang berbeda menyesuaikan ciri khas individu tersebut dalam menghadapi situasi yang terjadi. Frankl mengamati bahwa kehilangan makna dapat mengakibatkan hilangnya segalanya, baik dalam diri sendiri maupun orang lain, teman-temannya yang dibiarkan hidup oleh persekutur merasa mati jika mereka percaya bahwa hidup mereka tidak memiliki arti, Frankl terus bertahan hidup dengan visi suatu hari akan memberikan ceramah kepada audiens spesialis, dan visi tersebut akhirnya terwujud, dengan cara ini, kehidupan dan pekerjaan Frankl dipandu oleh keyakinan bahwa manusia memiliki keinginan mendalam untuk menemukan makna dan membutuhkan makna dalam hidup mereka (Auhagen, 2000).

Makna hidup penting untuk ditemukan dalam kehidupan bagi setiap individu karena hal ini memberikan hal yang bersifat spesial (Bastaman, 2007). Menurut Adler makna hidup terlahir dari keadaan individu dalam mencari cara penyelesaian dari permasalahan sosial yang sedang terjadi (Fridaynti, 2013). Maka dari itu manusia sejatinya memiliki dan mencari makna hidup untuk kehidupannya, karena makna hidup tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia dan peneliti tertarik untuk meneliti gambaran makna hidup influencer yang menginspirasi generasi muda di media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian kualitatif merupakan proses untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menghasilkan gambaran yang mendalam dan kompleks, yang disajikan dalam bentuk kata-kata, penelitian ini melaporkan pandangan rinci yang diperoleh dari sumber informan dan dilaksanakan dalam konteks yang alami (Walidin et al., 2015; (Cresswell, 2008) Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu, wawancara terhadap responden dan informan dilakukan dengan bantuan pedoman wawancara berstandar yang berisi pertanyaan terbuka, wawancara ini juga dapat didukung oleh penggunaan alat-alat

seperti rekaman suara jika diperlukan, serta dokumen-dokumen yang relevan yang dibutuhkan oleh peneliti (Hadibroto, 2019; Seidman, 2006; Refinia et al., 2023). Pendekatan ini berupaya memahami bagaimana gambaran makna hidup influencer yang menginspirasi generasi muda di media sosial. Menurut Sugiyono (2019) purposive sampling adalah teknik penentuan dengan syarat-syarat tertentu yang artinya pengambilan data sampel didasari oleh kriteria yang di rumuskan oleh peneliti. Teknik Purposive Sampling dalam merupakan strategi di mana individu atau kejadian tertentu dipilih secara sengaja untuk memberikan informasi penting yang tidak bisa didapatkan dari opsi lain (Maxwell, 2019; Firmansyah, 2022). Karakteristik responden pada penelitian diperlukan untuk mendukung penelitian. Menurut Amirin (1989) responden adalah subjek penelitian yang berfungsi sebagai sumber memperoleh tanggapan dengan cara bertanya pada seseorang yang telah dipilih dan ditentukan oleh peneliti. Karakteristik partisipan yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan seseorang atau kelompok berusia 17 hingga 40 tahun yang merupakan seseorang yang aktif membagikan konten dengan topik yang tertentu di sosial media manapun seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, dan lainnya. Dibutuhkan seseorang atau kelompok dengan pengikut minimal 10.000 dan sudah aktif membuat konten kurang lebih 1 tahun. Berdasarkan kriteria di atas alasan peneliti memilih rentan usia karena menurut data statistik pengguna media sosial di Indonesia terbanyak ada di umur 18-34 tahun. Sedangkan, alasan peneliti memilih pengikut minimal 10.000 pengikut berdasarkan penjelasan jurnal bahwa ada nano-influencer dimana influencer memiliki pengikut kurang dari 10.000 di media sosial mereka. Alasan peneliti mengambil seseorang atau kelompok yang aktif membuat konten kurang lebih 1 tahun dan pengikut minimal 10.000 untuk mengetahui gambaran makna hidup pada influencer. Dengan menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif, data yang dikumpulkan akan diproses dan dianalisis pada tahap pengolahan data. Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berhubungan dengan siapa, apa, dimana, bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman berlangsung, pendekatan ini menggali secara mendalam untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari kejadian tersebut (Yuliani, 2018). Penelitian ini menerapkan metode pengolahan dan analisis data kualitatif. Untuk mempermudah pengelolaan data, peneliti melaksanakan tahapan-tahapan berikut; (1) Pengumpulan data, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan catatan lapangan sebagai komponen utama. (2) Reduksi data, data mentah diringkas, diberi kode, dan dikelompokkan ke dalam kategori sesuai kebutuhan penelitian. (3) Penyajian data, data disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram untuk memudahkan interpretasi. (4) Kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan ditarik dengan mengidentifikasi pola dan makna dalam data, disertai verifikasi melalui triangulasi dan pengecekan ulang (Ahmad & Muslimah, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indikator Influencer

Ada enam indikator seorang social media influencer: (1) Kepercayaan, yaitu seberapa jujur, berintegritas, dan dapat diandalkannya influencer (2) Keahlian, mencakup pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan influencer (3) Kredibilitas, yang penting dalam membentuk pandangan positif konsumen terhadap merek (4) Pengungkapan Sponsor, yang dapat meningkatkan tayangan konten namun juga menurunkan kepercayaan jika tidak transparan (5) Hubungan Parasosial, di mana interaksi yang mendalam dengan pengikut membuat influencer lebih persuasif dan (6) Kesesuaian, yaitu keselarasan antara influencer dan merek yang memengaruhi sikap dan niat beli konsumen.

1. Kepercayaan

Kesimpulannya adalah subjek RA menunjukkan indikator kepercayaan yang signifikan sebagai seorang influencer. Pengikutnya sering menghubungi RA melalui pesan langsung di Instagram untuk berbagi cerita dan meminta solusi terkait masalah kehidupan mereka setelah menonton kontennya. Konten RA yang berfokus pada pengalaman sebagai working mom menciptakan hubungan yang relatable dengan audiens, sehingga mendorong pengikut untuk percaya dan terbuka terhadapnya. Sesuai dengan teori kepercayaan, RA dipandang jujur dan dapat diandalkan, yang menjadikannya sosok yang dipercaya oleh audiens.

2. Keahlian

Subjek R menunjukkan indikator keahlian sebagai seorang influencer melalui pengetahuannya di bidang hukum yang diperoleh dari latar belakang pendidikannya. Dengan memanfaatkan media sosial, R menciptakan konten edukatif terkait hukum untuk membagikan ilmu yang dimilikinya kepada audiens. Sesuai dengan teori keahlian, yaitu tertuju pada pengetahuan, pengalaman, dan keahlian yang dimiliki oleh influencer.

Tabel 1. Indikator Influencer

No	Indikator	M	W	R	C	RA
1	Kepercayaan		Followers W merasa berterima kasih karena konten yang di buat oleh W karena menginspirasi dan memotivasi mereka.		Followers C menghubungi C lewat <i>direct message</i> dan berterima kasih karena memiliki motivasi dan terinspirasi setelah menonton konten C.	Followers RA banyak bercerita ke Ra tentang kehidupannya dan meminta solusi terbaik ke RA.
2	Keahlian	M adalah seorang <i>mental health advocate</i> , dimana M ingin membagikan konten untuk membantu orang lain.		R memiliki pengetahuan di bidang hukum dan membagikan itu melalui konten.		
3	Kredibilitas	x	x	x	x	x
4	Pengungkapan sponsor	x	x	x	x	x
5	Hubungan para sosial	x	x	x	x	x
6	Kesesuaian	x	x	x	x	x

3. Dimensi Makna Hidup

Makna hidup menurut Victor Frankl adalah sebuah pencapaian dalam hidup manusia yang sangat didambakan dan dicari dalam kehidupannya, walaupun setiap individu memiliki pandangan makna hidup yang berbeda dan beragam karena pada dasarnya manusia memiliki cara pandang masing-masing dalam menghadapi situasi yang terjadi di kehidupannya (Utari & Rifai, 2020). Dalam pandangan Bastaman, makna hidup memiliki 6 dimensi yaitu self insight, changging attitude, self commitment, directed activities, the meaning of life, dan social support. Dimensi pertama yaitu self insight adalah ketika individu dapat sadar bahwa ada masalah yang sedang terjadi dan memiliki keinginan yang tinggi untuk memperbaiki kondisi atau masalah tersebut. Individu tersebut dapat mengambil sikap dengan baik dari kejadian baik maupun kejadian buruk sekalipun. Dimensi kedua yaitu The Meaning of Life, makna hidup adalah bagi kehidupan individu merupakan bagian paling penting dan berharga, karena hal ini makna hidup

dapat dianggap menjadi tujuan dalam kehidupan. Dimensi ketiga yaitu *Changging Attitude*, individu tersadar untuk memperbaiki diri menjadi lebih baik, dari sebelumnya ketika menghadapi masalah atau mengambil sikap secara negatif sekarang menjadi positif. Dimensi keempat yaitu *Self Commitment*, ketika individu sudah menemukan makna dan tujuan hidupnya dia mengambil sikap komitmen hal ini membuat individu akan menemukan arti dari makna yang terdalam. Dimensi kelima yaitu *Directed Activites*, ketika individu dengan kesadaran penuh melakukan kegiatan-kegiatan yang positif seperti pengembangan bakat yang dimiliki dan juga meningkatkan relasi di hidupnya untuk mencapai tujuan makna hidupnya. Dimensi keenam yaitu *Social Support*, dapatnya dukungan-dukungan dan selalu memberikan pertolongan dari seseorang disekitar kita (Rahmalia, 2018).

a. Dimensi Self Insight

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, pengalaman subjek W mencerminkan dimensi *self-insight*, yaitu kesadaran diri terhadap tantangan pribadi serta upaya untuk mengatasi keterbatasan yang dihadapi. Sebelum menjadi seorang *influencer*, subjek W merasa kurang percaya diri dalam berkomunikasi dengan banyak orang. Namun, melalui berbagai pengalaman bertemu dengan banyak orang, kerja sama dengan brand dan sesama *influencer* dengan latar belakang yang beragam, kemampuan komunikasi subjek W semakin terasah. Hal ini menunjukkan kesadaran subjek akan pentingnya pengembangan diri dalam memenuhi tuntutan perannya sebagai seorang *influencer*.

Pengalaman subjek R mencerminkan dimensi *self-insight*, yaitu kesadaran individu terhadap tantangan yang dihadapi serta upaya untuk memperbaiki diri. Subjek R pernah mengalami ejekan dan hinaan dari teman-temannya akibat memiliki berat badan yang tidak ideal. Pengalaman tersebut mendorong subjek untuk menjadikan hinaan tersebut sebagai motivasi untuk berubah menjadi lebih baik. Saat ini, subjek telah berhasil mencapai berat badan yang ideal, menunjukkan keberhasilan dalam memanfaatkan pengalaman buruk sebagai dorongan untuk pertumbuhan pribadi. Selain itu, subjek R juga sering menghadapi konflik dengan pikirannya sendiri. Namun, subjek menyadari bahwa mengalihkan perhatian melalui aktivitas positif seperti olahraga, bermain bersama teman, dan membaca buku dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi konflik tersebut.

Kesimpulan berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, pengalaman subjek C mencerminkan dimensi *self-insight*, yaitu kesadaran terhadap tantangan yang dihadapi dan keinginan untuk memperbaikinya dari pengalaman baik maupun buruk. Subjek merasa kesulitan ketika mencari informasi mengenai beasiswa dan persiapan ujian seperti IELTS dan TOEFL di media sosial. Dari pengalaman tersebut, subjek menyadari pentingnya berbagi informasi edukasi kepada orang lain, terutama untuk membantu mereka yang menghadapi tantangan serupa. Hal ini menunjukkan kesadaran subjek untuk memanfaatkan pengalamannya sebagai sarana memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat. Selain itu, subjek juga menyadari bahwa perannya sebagai *influencer* memberikan banyak peluang untuk berkembang. Dengan bertemu orang baru, menjalin kerja sama, dan terus mencari ide-ide kreatif, subjek mendapatkan wawasan baru yang mendukung proses pembelajaran dan pertumbuhan dirinya.

Pengalaman subjek RA mencerminkan dimensi *self-insight*, yaitu kesadaran terhadap pengalaman buruk di masa lalu dan berusaha untuk memperbaikinya. Sebelum menjadi seorang *influencer*, RA merasa kurang percaya diri dan cenderung malu-malu. Namun, melalui pengalaman membuat konten, RA mulai menemukan keberanian dan kepercayaan diri, menyadari bahwa sikap percaya diri membawa hasil positif dalam kehidupannya. Hal ini menunjukkan bahwa RA mampu mengenali potensi dirinya dan memanfaatkannya untuk berkembang.

Selain itu, subjek RA juga menghadapi pengalaman hidup yang berat, seperti kehilangan ayah di usia muda, menjadi korban penipuan, dan mengalami kerugian finansial dalam beberapa proyek. Pengalaman ini membentuk sikap RA ikhlas dan keyakinan bahwa setiap kesulitan akan berakhir dengan kebahagiaan yang lebih besar. Dengan menerima dan memaknai kesulitan tersebut, RA berhasil menjaga pola pikir positif dan berkomitmen untuk menjalani kehidupan dengan penuh syukur.

b. Dimensi The Meaning of Life

Kesimpulannya subjek M mencerminkan dimensi The Meaning of Life, yaitu makna hidup sebagai bagian paling penting dan berharga dalam kehidupan individu, yang berfungsi sebagai tujuan utama dalam menjalani hidup. Subjek M memiliki tujuan hidup yang signifikan, yaitu mengurangi stigma negatif terhadap kesehatan mental. Subjek memanfaatkan konten yang ia bagikan di media sosial untuk meningkatkan kesadaran publik akan pentingnya kesehatan mental. Selain itu, subjek M bercita-cita menjadi seorang psikolog bersertifikat agar dapat membantu lebih banyak orang secara langsung. Keinginannya untuk membantu orang lain didasarkan pada pengalaman pribadinya serta komitmennya untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat. Hal ini sesuai dengan konsep The Meaning of Life, di mana individu menemukan tujuan hidup melalui kontribusi yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, kesimpulan dari pengalaman subjek W mencerminkan dimensi The Meaning of Life, yaitu makna hidup yang dianggap sebagai aspek paling penting dan berharga dalam kehidupan individu, yang menjadi tujuan utama dalam menjalani hidup. Subjek W memiliki tujuan hidup yang jelas, yaitu menginspirasi orang lain, terutama perempuan dengan tubuh plus size, melalui konten yang ia bagikan sebagai seorang influencer. Makna hidup yang ditemukan oleh subjek W didasarkan pada pengalaman pribadinya dan komitmennya untuk menciptakan dampak positif bagi orang lain. Dengan membagikan konten yang memotivasi dan relevan bagi audiensnya, subjek W memanfaatkan perannya sebagai influencer untuk memberikan keberanian, kepercayaan diri, dan inspirasi kepada mereka yang membutuhkan, khususnya bagi komunitas perempuan berbadan plus size. Tujuan ini mencerminkan nilai hidup yang bermakna dan mendalam bagi subjek W.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, pengalaman subjek R mencerminkan dimensi The Meaning of Life, yaitu makna hidup yang menjadi tujuan utama individu dalam menjalani kehidupan. Subjek R memiliki tujuan hidup yang sederhana namun mendalam, yakni terus berbuat baik dan bermanfaat bagi orang lain. Bagi subjek, sikap ini adalah inti dari kehidupan yang bermakna dan menjadi dasar dalam setiap tindakannya.

Kesimpulan dari pengalaman subjek C mencerminkan dimensi The Meaning of Life, yaitu makna hidup yang dianggap sebagai elemen paling penting dan berharga dalam kehidupan individu, yang menjadi dasar untuk menjalani kehidupan secara bermakna. Subjek C menyadari dari pengalamannya sebagai seorang influencer bahwa makna hidup dapat ditemukan melalui proses pembelajaran, menghargai orang lain, dan memanfaatkan peluang yang ada untuk terus berkembang. Subjek mengakui bahwa sebelumnya ia cenderung bersikap egosentris. Namun, melalui pengalaman membuat konten dan melihat karya orang lain, ia menjadi lebih menghargai orang lain dan berkomitmen untuk terus berkembang.

Pengalaman subjek RA mencerminkan dimensi The Meaning of Life, yaitu makna hidup sebagai elemen paling penting dalam kehidupan individu yang berfungsi sebagai tujuan dan landasan dalam bertindak. Subjek RA menemukan makna hidupnya melalui perannya sebagai influencer, di mana ia merasa memiliki tanggung jawab sebagai pendengar bagi orang lain. Subjek menyadari bahwa tidak semua orang memiliki tempat untuk mendengar cerita mereka, sehingga ia merasa bersyukur dapat menjadi sosok yang dipercaya untuk mendengarkan masalah orang lain.

c. Dimensi Changing Attitude

Dimensi Changing Attitude, individu tersadar untuk memperbaiki diri menjadi lebih baik, dari sebelumnya ketika menghadapi masalah atau mengambil sikap secara negatif sekarang menjadi positif.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, kesimpulan dari pengalaman subjek M mencerminkan dimensi Changing Attitude, yaitu perubahan sikap individu yang berkembang menjadi lebih positif sebagai respons terhadap pengalaman hidup dari yang sebelumnya bersikap buruk menjadi positif. Subjek M sebelumnya memiliki

sikap yang kurang berhati-hati dalam menggunakan media sosial, sering kali memposting apa saja tanpa mempertimbangkan dampaknya. Namun, seiring waktu, subjek menjadi lebih sadar akan pentingnya bertindak bijak di platform media sosial, terutama karena perannya sebagai influencer dengan audiens yang luas. Subjek M juga menyadari bahwa respon negatif yang diterimanya di masa lalu, seperti dianggap galak atau tidak memiliki tata krama, menjadi pembelajaran penting. Ia memahami pentingnya berkomunikasi dengan manner yang baik di media sosial, terutama karena pengaruh yang ia miliki terhadap pengikutnya terus berkembang.

Kesimpulan dari pengalaman subjek C mencerminkan dimensi *Changing Attitude*, yaitu perubahan sikap individu yang bertransformasi dari perilaku atau pandangan negatif menjadi lebih positif. Subjek C menyadari bahwa dirinya dulu memiliki sifat *self-centered*, yang dianggap sebagai sikap negatif. Namun, melalui pengalaman sebagai seorang influencer, subjek C mulai memahami pentingnya menghargai dan mengapresiasi orang lain. Subjek C mengakui bahwa dengan melihat konten orang lain, ia belajar untuk lebih menghargai talenta dan kontribusi orang di sekitarnya, serta meninggalkan sikap egois yang sebelumnya ia miliki.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, pengalaman subjek RA mencerminkan dimensi *Changing Attitude*, yaitu perubahan sikap individu dari tindakan negatif menuju perilaku yang lebih positif. Subjek RA pernah membuat konten yang memicu reaksi negatif dari audiens, bahkan beberapa konten menjadi viral dengan dampak negatif. Setelah menyadari kesalahan tersebut, subjek berupaya untuk memperbaiki diri dan berkomitmen untuk tidak mengulangi kesalahan yang sama. Selain itu, sebelum menjadi seorang influencer, subjek RA cenderung menggunakan bahasa yang kasar dan tidak terfilter dalam unggahannya di media sosial. Namun, seiring dengan bertambahnya jumlah pengikutnya dan kesadaran akan pengaruh yang dimilikinya, subjek mulai lebih berhati-hati dalam memilih kata dan menyaring konten yang dibuatnya.

d. Dimensi Self Commitment

Kesimpulan dari pengalaman subjek M mencerminkan dimensi *Self Commitment*, yaitu komitmen individu terhadap makna dan tujuan hidupnya yang mendorongnya untuk terus bertindak agar menemukan makna arti terdalam. Subjek M menunjukkan komitmen untuk terus belajar dan berkembang, baik dalam aspek pribadi maupun profesional, sebagai bentuk dedikasi terhadap pertumbuhan dirinya.

Pengalaman subjek W mencerminkan dimensi *Self Commitment*, yaitu komitmen individu terhadap nilai-nilai hidup dan tujuan yang telah ditemukan untuk terus bertindak agar menemukan makna arti terdalam. Subjek W menunjukkan dedikasinya untuk tetap berpegang pada nilai-nilai hidup yang diajarkan oleh ibunya, seperti menjadi diri sendiri dan melakukan yang terbaik dalam setiap kesempatan.

Pengalaman subjek R mencerminkan dimensi *Self Commitment*, yaitu komitmen individu terhadap makna dan tujuan hidup yang telah ditemukan. Subjek R menunjukkan dedikasi yang konsisten terhadap nilai-nilai hidup yang telah ia pegang sejak kecil, yaitu fokus pada tujuan akhirat dan berusaha untuk selalu memberikan manfaat bagi orang lain.

Komitmen ini selaras dengan konsep dimensi *Self Commitment*, di mana individu yang telah menemukan makna hidupnya berpegang teguh pada nilai-nilai yang diyakini dan bertindak sesuai dengan tujuan tersebut. Subjek R tidak mengalami perubahan dalam nilai-nilai hidupnya, namun tetap menjaga fokus terhadap prinsip-prinsip agama yang menjadi landasan kehidupannya. Sikap ini mencerminkan stabilitas dan kesetiaan subjek terhadap komitmen hidupnya, yang menjadikannya sebagai panduan untuk mencapai kehidupan yang bermakna.

Subjek C mencerminkan dimensi *Self Commitment*, yaitu dedikasi individu terhadap makna dan tujuan hidup yang telah ditemukan dan terus bertindak agar menemukan makna arti terdalam. Subjek C memiliki tujuan hidup untuk mencapai kesuksesan, yang awalnya berfokus pada dirinya sendiri. Namun, seiring waktu, ia menyadari pentingnya melibatkan orang lain dalam perjalanannya, sehingga kesuksesan yang dicapai juga dapat memberikan manfaat bagi orang lain.

Subjek RA mencerminkan dimensi Self Commitment, yaitu komitmen individu terhadap tujuan hidup yang telah ditemukan, yang diwujudkan melalui tindakan nyata dan terus bertindak agar menemukan makna arti terdalam. Subjek RA menunjukkan dedikasinya dengan membentuk bisnis bersama rekan-rekannya, memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk personal branding dan membuka peluang baru.

e. Dimensi Directed Activities

Subjek M mencerminkan dimensi Directed Activities, yaitu kesadaran individu dalam melakukan kegiatan-kegiatan positif yang mendukung pencapaian tujuan hidupnya. Subjek M secara aktif mempelajari psikologi dan kesehatan mental, dengan tujuan untuk menyebarkan pengetahuan dan mengajarkan hal tersebut kepada orang lain.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, kesimpulan dari pengalaman subjek W mencerminkan dimensi Directed Activities, yaitu kesadaran penuh individu untuk menjalankan aktivitas yang positif dan selaras dengan tujuan hidupnya. Subjek W saat ini fokus membuat konten seputar olahraga dan pola makan sehat, dengan tujuan untuk mengeksplorasi nilai-nilai serta passion yang dimilikinya, sekaligus membagikannya kepada pengikutnya sebagai bentuk inspirasi.

Subjek R mencerminkan dimensi Directed Activities, yaitu kesadaran individu untuk menjalankan aktivitas yang positif. Subjek R dengan sadar mengubah tema kontennya dari fokus awal pada edukasi menjadi kombinasi antara edukasi dan motivasi. Hal ini didasarkan pada keinginannya untuk memberikan akses belajar kepada orang-orang yang tidak memiliki kesempatan kuliah atau sekolah, terutama dalam memahami hukum dan agama. Selain itu, subjek R juga membuat konten yang bertujuan untuk mengingatkan nilai-nilai agama kepada sesama muslim.

Subjek C mencerminkan dimensi Directed Activities, yaitu kesadaran individu untuk menjalankan kegiatan-kegiatan yang positif. Subjek C mulai membuat konten edukasi dengan membagikan materi berupa Google Drive berisi catatan biologi, yang ternyata memberikan manfaat signifikan bagi banyak orang. Aktivitas ini menunjukkan kesadaran subjek C akan pentingnya berbagi ilmu sebagai bentuk kontribusi positif kepada masyarakat. Selain itu, subjek C memiliki motivasi untuk melakukan kegiatan positif di masa depan dengan mendirikan sebuah organisasi. Organisasi ini direncanakan untuk mengumpulkan dana guna membantu mereka yang membutuhkan, terutama dalam bidang pendidikan yang sering kali sulit diakses oleh sebagian masyarakat.

Subjek RA mencerminkan dimensi Directed Activities, yaitu kesadaran individu untuk menjalankan aktivitas yang positif. Subjek RA memiliki tujuan hidup untuk mencapai kebebasan finansial di usia muda, yang ia upayakan dengan fokus bekerja, meningkatkan keterampilan, dan menjaga keseimbangan antara diri sendiri dan keluarga.

f. Dimensi Social Support

Subjek M mencerminkan dimensi Social Support, yaitu pentingnya dukungan dari lingkungan sekitar dalam membantu individu mencapai tujuan hidupnya. Subjek M menekankan bahwa dukungan dari keluarga memiliki peran yang sangat penting, karena validasi dan dorongan dari mereka membantunya untuk tetap berada di jalan yang benar dan mengatasi keraguan dirinya. Selain itu, subjek M juga merasa sangat bersyukur atas kehadiran teman-temannya yang selalu memberikan dukungan emosional. Kehadiran mereka menciptakan ruang aman dan nyaman bagi subjek, di mana ia dapat berbagi cerita tanpa merasa dihakimi, yang sangat membantu dalam proses pertumbuhan pribadi. Subjek juga menyadari pentingnya dukungan dari pengikutnya di media sosial. Ia mengakui bahwa tanpa audiens yang mendukung, ia tidak akan dapat mencapai posisi dan peluang yang ada saat ini.

Subjek W mencerminkan dimensi Social Support, yaitu pentingnya dukungan sosial dari lingkungan sekitar dalam membantu individu mencapai tujuan hidup dan menghadapi tantangan. Subjek W mengungkapkan bahwa dukungan dari keluarga memiliki peran yang sangat signifikan dalam hidupnya. Keluarga memberikan semangat dan motivasi yang memungkinkan W mencapai posisi dan pencapaian yang ada saat ini. Selain keluarga, subjek W juga merasakan pengaruh besar dari para pengikutnya di media sosial. Respon

positif yang diterima dari audiens memberinya dorongan untuk terus berkarya dan menyampaikan nilai-nilai yang bermakna melalui konten yang dibuat. Dukungan ini tidak hanya memberikan kepercayaan diri, tetapi juga mempertegas pengaruh positif yang dapat ia berikan kepada komunitasnya.

Subjek R mencerminkan dimensi Social Support, yang menekankan pentingnya dukungan sosial dalam memberikan makna dan tujuan hidup. Subjek R mengungkapkan bahwa keluarga memiliki peran yang sangat berarti dalam hidupnya. Baginya, membahagiakan keluarga adalah sumber utama makna hidup yang ia jalani.

Subjek C mencerminkan dimensi Social Support, yaitu pentingnya dukungan dari orang-orang di sekitar dalam membantu individu mencapai tujuan hidup dan memperluas pandangan terhadap dunia. Subjek C menyatakan bahwa dukungan dari keluarga dan teman-teman sangatlah penting, karena tanpa dukungan tersebut, ia merasa kesulitan untuk menjalankan berbagai aktivitas dan mencapai apa yang diinginkannya. Selain itu, subjek C juga menekankan peran penting pengikutnya di media sosial. Dukungan dan masukan dari pengikutnya memberikan perspektif baru yang membuat pandangannya terhadap dunia menjadi lebih luas.

Subjek RA mencerminkan dimensi Social Support, yang menunjukkan pentingnya dukungan sosial dalam membantu individu mencapai tujuan hidup dan menemukan makna yang mendalam. Subjek RA menjelaskan bahwa dukungan dari keluarga dekat, termasuk anak, suami, orang tua, serta keluarga besar, menjadi salah satu faktor utama yang memberikan kekuatan dan motivasi dalam hidupnya. Tidak hanya dari keluarga, subjek RA juga merasakan manfaat besar dari dukungan teman-teman, baik di dunia nyata maupun di komunitas daring. Selain itu, pengikutnya di media sosial juga berkontribusi dalam membentuk sistem pendukung yang kuat, yang mendorongnya untuk terus berkembang dan mencapai makna hidup yang ia inginkan.

Tabel 2. dimensi makna hidup

No	Dimensi Makna Hidup	M	W	R	C	RA
1	Self Insight	M membuat konten kesehatan mental; karena melihat ibunya yang belajar ilmu parenting dan M pernah juga ke Psikolog sehingga M ingin membagikan itu di media sosial untuk membantu banyak orang.	W awalnya merasa tidak percaya diri semenjak jadi influencer komunikasinya lebih terasah dan W pernah mendapatkan hinaan sehingga W menjadikan itu hal positif dengan membagikan konten olahraganya.	R pernah memiliki badan besar. Karena mendapatkan hinaan dari lingkungan sekitar R mendapatkan motivasi untuk berubah menjadi lebih baik.	C pernah meras kesulitan saat dia sedang mencari konten tentang edukasi. Tersadar belum banyak yang membahas edukasi C membuat konten edukasi dan C merasa menjadi influencer, membuat C berkembang.	RA lebih percaya diri setelah menjadi influencing dan RA memiliki beberapa pengalaman buruk dan dari hal tersebut belajar lebih ikhlas.
2	The meaning of life	M memiliki makna hidup ingin membagikan	W memiliki makna hidup dengan tujuan hidup sebagai	R memiliki makna hidup untuk berbuat baik ke	C melihat dari kejadian setelah menjadi	RA melihat setelah menjadi influencer RA

		konten tentang kesehatan mental untuk mengurangi stigma negatif dan ingin menjadi seorang psikolog untuk membantu banyak orang.	influencer ingin menginspirasi banyak orang.	semua orang karena menurut R itu adalah poin utama kehidupan.	influencer bahwa lebih menghargai orang dan mengambil kesempatan lebih besar.	dapat menjadi pendengar bagi orang lain.
3	Changging attitude	M pernah memiliki sikap yang buruk dan tersadar untuk memperbaiki hal tersebut.	x	x	C memiliki sikap yang buruk dan memiliki keinginan untuk berubah dan lebih menghargai seseorang.	RA pernah membuat konten yang buruk dan merubah hal tersebut menjadi lebih baik lagi.
4	Self Comittment	M memiliki komitmen hidup untuk terus belajar dan berkembang.	W memiliki komitmen untuk menjaga nilai-nilai hidup yang diajarkan oleh ibunya.	R merasa tidak adanya perubahan terhadap nilai hidup dan ingin terus bermanfaat bagi orang lain.	C memiliki tujuan hidup untuk sukses untuk dirinya sendiri dan orang lain.	RA memiliki komitmen membentuk bisnis bersama rekan-rekannya.
5	Directed Activities	M mempelajari bidang psikolog dan ingin menyebarkan hal tersebut ke orang lain.	W membuat konten positif dan ingin menyebarkan hal tersebut ke orang lain.	R merubah tema konten dari edukasi menjadi motivasi juga dan R mengingatkan umat muslim lainnya dengan membuat konten agama.	C membuat konten edukasi dan berkeinginan membuat non profit organization untuk membantu orang lain.	RA ingin meraih tujuan hidupnya dengan fokus dan meningkatkan skill.
6	Social Support	M melihat dukungan keluarga, teman-teman dan followers membantunya karena jika	W merasa dukungan keluarga sangat penting dan dukungan pengikut sangat	R melihat yang berarti untuk makna hidupnya adalah keluarga.	C melihat dukungan keluarga, teman-teman, dan followers sangat berarti untuk	RA merasa dukungan dari keluarga, teman-teman, followers membantu

tidak ada mereka semua M tidak akan sampai di titik ini.	berpengaruh untuk melihat dan menyampaika n makna hidup.	menyampaika n makna hidup dan membantunya saat merasa susah.	mencapai makna hidup.
--	--	--	-----------------------

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Makna Hidup

Menurut Viktor Frankl, ada beberapa faktor yang mempengaruhi makna hidup individu, yaitu kehidupan keagamaan dan filsafat, pekerjaan, serta cinta pada sesama. Frankl berpendapat bahwa makna hidup sering ditemukan dalam dimensi spiritual, di mana seseorang yang dapat memahami makna penderitaan, meskipun tidak mengetahui rencana Tuhan, cenderung memiliki kehidupan yang lebih bermakna. Pekerjaan juga berperan penting, bukan hanya sebagai kebutuhan materi, tetapi sebagai bentuk eksistensi yang memberi kontribusi pada kehidupan yang lebih bermakna. Selain itu, cinta pada sesama memungkinkan individu merasakan nilai-nilai kehidupan yang lebih dalam, menghayati pengalaman penuh makna, dan memperkuat pemaknaan hidupnya (Laili, 2023).

a. Kehidupan Keagamaan dan Filsafat

Frankl berpendapat bahwa makna hidup sering kali ditemukan dalam dimensi kehidupan beragama, seseorang yang mampu memahami makna dari penderitaan yang dialami, meskipun tidak mengetahui rencana tuhan di balik penderitaan tersebut, cenderung memiliki pemaknaan hidup yang lebih mendalam, seseorang dengan spiritual yang tinggi dapat membantu individu dalam menemukan makna hidup.

Subjek W mencerminkan faktor yang mempengaruhi makna hidup adalah kehidupan keagamaan dan filsafat, seperti yang dijelaskan oleh Viktor Frankl (Laili, 2023). Frankl berpendapat bahwa makna hidup sering kali ditemukan melalui dimensi spiritual atau keagamaan, di mana individu mampu memahami tujuan hidupnya meskipun tidak selalu mengetahui rencana Tuhan sepenuhnya. Subjek W menegaskan bahwa agama memainkan peran penting dalam hidupnya karena ia percaya bahwa Tuhan menciptakan manusia dengan alasan dan tujuan tertentu.

Berdasarkan teori Viktor Frankl (Laili, 2023), pengalaman subjek R mencerminkan dimensi Kehidupan Keagamaan dan Filsafat, di mana agama berperan penting dalam membantu individu menemukan makna hidup. Subjek R menyatakan bahwa agama memberikan panduan melalui batasan dan aturan yang diajarkan, sekaligus mengingatkan manusia akan kematian yang pasti datang, meskipun waktunya tidak diketahui. Keyakinan ini membuat agama menjadi salah satu tujuan utama dalam hidup subjek R. Dalam hal ini, agama berfungsi sebagai pemandu yang memberi arah hidup dan membantu subjek R untuk menjalani hidup dengan kesadaran akan keterbatasan manusia.

Subjek C mencerminkan kehidupan keagamaan dan filsafat, di mana makna hidup ditemukan melalui keseimbangan antara usaha duniawi dan hubungan spiritual. Subjek C meyakini bahwa kuliah, membuat konten, dan berdoa adalah cara utama untuk mencapai makna hidup. Subjek C menekankan pentingnya menjalani hidup dengan seimbang antara dunia dan hubungan spiritual dengan tuhan.

Subjek RA menggambarkan kehidupan keagamaan dan filsafat, di mana makna hidup dipengaruhi oleh ajaran agama yang menjadi pedoman hidupnya. Subjek RA merasa bahwa agama memiliki peran penting dalam membentuk tindakannya, karena ia meyakini adanya konsekuensi dosa dan karma buruk jika melakukan perbuatan yang menyimpang dari ajaran agama. Keyakinan ini mendorong subjek RA untuk menjalani hidup sesuai aturan agama, menjaga tindakannya tetap berada di jalur yang benar.

b. Pekerjaan

Pekerjaan hal ini dianggap sebagai aktivitas manusia yang sangat penting dan berperan dalam menemukan makna hidup, aktivitas ini tidak hanya terbatas pada jenis atau lingkup pekerjaan, tetapi lebih kepada bagaimana seseorang menjalankan pekerjaannya untuk memenuhi kebutuhan hidup, bekerja menjadi salah satu bentuk

eksistensi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan materi tetapi juga berkontribusi pada kehidupan yang lebih bermakna.

Subjek C mencerminkan bagaimana pekerjaan menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi menemukan makna hidup. Subjek C melihat bahwa aktivitas seperti kuliah, membuat konten, dan berdoa adalah cara utama untuk mencapai kehidupan yang bermakna. Melalui kuliah, subjek berusaha menambah wawasan untuk mendukung pengembangan dirinya. Membuat konten bertujuan membangun komunitas, yang menurutnya merupakan bagian penting dari kehidupan. Sedangkan doa dianggap sebagai upaya menjaga keseimbangan antara usaha duniawi dan hubungan spiritual dengan Tuhan.

c. Cinta Pada Sesama

Subjek M mencerminkan bagaimana cinta pada sesama dan faktor emosional lainnya dapat memengaruhi makna hidup. Subjek M menyatakan bahwa makna hidupnya dipengaruhi oleh kepercayaan pada diri sendiri, ambisi, mimpi, dan perhatian terhadap orang-orang yang ia sayangi.

Tabel 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Makna Hidup

N o	Faktor-Faktor yang Mempengaruh i	M	W	R	C	RA
1	Kehidupan Keagamaan dan Filsafat	x	W melihat agama adalah sesuatu yang mempengaruhi makna hidup karena hidup ada alasan dan tujuan.	R mengatakan agama adalah yang memberikan batasan dan tujuan hidup.	C meyakini doa, kuliah, menjadi influencer adalah cara utama untuk mencapai makna hidup.	RA melihat faktor yang mempengaruhi makna hidup adalah agama karena RA percaya akan selalu ada balasan dari setiap tindakan.
2	Pekerjaan	x	x	x	C melihat kuliah, menjadi influencer adalah cara untuk mencapai makna hidup.	x
3	Cinta Pada Sesama	M melihat diri sendiri, ambisi, mimpi, orang-orang yang disayang adalah faktor yang mempengaruhi makna hidup	x	x	x	x

5. Nilai-Nilai Makna Hidup

Menurut Bastaman (2007), terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan individu untuk menemukan makna hidup. Pertama, dengan melakukan aktivitas baru dalam kehidupan, seperti berkarya, menjalankan pekerjaan dengan tanggung jawab, atau menciptakan sesuatu yang bermanfaat. Kedua, melalui penghayatan terhadap nilai-nilai seperti kebenaran, kebajikan, keindahan, keadilan, cinta kasih, dan keimanan. Ketiga, dengan mengembangkan sikap yang positif, misalnya menghadapi masalah hidup yang tidak dapat dihindari dengan ketabahan dan ketegaran. Dengan mengambil pelajaran dan nilai-nilai yang tepat dari pengalaman-pengalaman tersebut, individu dapat menemukan makna hidupnya.

a. Dengan melakukan aktivitas baru

Seperti aktivitas berkarya kreatifitas, melakukan sebuah pekerjaan, melaksakan kewajiban pekerjaanya dengan tanggung jawab.

Berdasarkan teori Bastaman (2007) pengalaman subjek M mencerminkan bagaimana individu dapat menemukan makna hidup melalui melakukan aktivitas baru yang bermakna. Pada usia 13 tahun, subjek M mulai memanfaatkan platform media sosialnya yang telah memiliki banyak audiens untuk menyebarkan kesadaran tentang isu kesehatan mental. Aktivitas ini terinspirasi dari pengalaman pribadinya dengan kesehatan mental dan kesadaran akan stigma negatif yang masih ada di masyarakat.

Subjek W mencerminkan bagaimana individu dapat menemukan makna hidup melalui melakukan aktivitas baru yang berkembang menjadi bagian penting dalam hidupnya. Subjek W memulai aktivitas membuat konten di media sosial secara spontan, tanpa rencana khusus. Namun, tanggapan positif yang diterima dari audiens memberikan dorongan untuk melanjutkan aktivitas tersebut hingga menjadi pekerjaan yang dijalani hingga saat ini. Awalnya, subjek hanya sekadar mencoba-coba mengunggah konten, tetapi semakin banyaknya respon positif membuatnya semakin sering membagikan konten baru.

Subjek R mencerminkan bagaimana individu dapat menemukan makna hidup melalui melakukan aktivitas baru yang bermakna. Subjek R memulai aktivitas sebagai influencer ketika masih berstatus mahasiswa. Awalnya, ia mengisi waktu luangnya di tengah kesibukan perkuliahan dengan membuat konten. Seiring waktu, aktivitas tersebut berkembang dan mulai memberikan manfaat, seperti tawaran endorsement dan menjadi host acara live. Dengan memanfaatkan waktu luang untuk melakukan sesuatu yang produktif, subjek R tidak hanya menemukan cara untuk mengembangkan diri tetapi juga mendapatkan keuntungan yang memberikan nilai tambah dalam hidupnya.

Berdasarkan teori Bastaman (2007), pengalaman subjek C menggambarkan bahwa makna hidup dapat ditemukan melalui melakukan aktivitas baru yang bermakna, dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Subjek C memulai aktivitas sebagai influencer berkat motivasi dari dirinya sendiri, yang kemudian diperkuat oleh pengaruh lingkungan, terutama teman-temannya yang lebih dulu aktif membuat konten.

Subjek RA menunjukkan bagaimana individu dapat menemukan makna hidup melalui melakukan aktivitas baru yang bermakna dan produktif. Subjek RA memutuskan untuk mendirikan agency sendiri bersama rekan-rekannya setelah sebelumnya bekerja di agency lain. Ia juga memanfaatkan personal branding di media sosial sebagai cara untuk membuka peluang baru yang lebih luas. Langkah ini mencerminkan inisiatif subjek RA untuk mengembangkan diri dan menciptakan sesuatu yang bermanfaat, baik bagi dirinya maupun orang lain.

b. Nilai-Nilai Penghayatan

Subjek M mencerminkan bagaimana individu dapat menemukan makna hidup melalui penghayatan terhadap nilai-nilai kebenaran, kebajikan, dan keadilan. Subjek M, yang awalnya menjadi influencer berkat dorongan dari keluarganya, melanjutkan peran tersebut dengan penuh tanggung jawab. Ia berkomitmen untuk tidak hanya mengembangkan dirinya sebagai public figure, tetapi juga memotivasi banyak orang melalui konten yang dihasilkan.

Subjek W menunjukkan penghayatan terhadap nilai keimanan dan keagamaan sebagai salah satu cara menemukan makna hidup. Subjek W percaya bahwa Tuhan

menciptakan manusia dengan alasan dan tujuan tertentu yang harus ditemukan dan dipahami oleh setiap individu. Keyakinan ini menjadi dasar spiritual bagi subjek W untuk menjalani hidup dengan lebih terarah dan bermakna. Menurutnya, agama berperan sebagai panduan dalam memahami makna keberadaan dan memberikan motivasi untuk terus mencari tujuan hidup.

Subjek R mencerminkan penghayatan terhadap nilai keimanan dan keagamaan sebagai elemen penting dalam menemukan makna hidup. Subjek R menganggap agama sebagai tujuan utama hidupnya karena agama memberikan batasan dan pengaturan bagi manusia, sekaligus menjadi pengingat akan kematian yang pasti dialami oleh setiap makhluk hidup. Keyakinan ini mendorong subjek R untuk menjadikan agama sebagai panduan dalam menjalani hidup dengan penuh kesadaran.

Subjek RA mencerminkan penghayatan terhadap nilai keimanan dan keagamaan, di mana agama menjadi faktor yang mempengaruhi makna hidup. RA memiliki komitmen yang kuat untuk tetap berada di jalur agama dan menjaga norma-norma agama dalam setiap tindakannya. Hal ini terlihat dari upayanya untuk menghindari riba dan memastikan semua yang ia lakukan sesuai dengan ajaran agama.

c. Dengan Nilai-Nilai Sikap

Dengan cara nilai-nilai sikap, seperti ketika sedang terjadi masalah di kehidupannya yang tidak dapat dihindari, individu tersebut dapat menghadapinya dengan perasaan yang tabah dan tegar. Setelah pengalaman yang sudah terjadi, jika di ambil nilai-nilai yang tepat, individu akan menemukan makna hidupnya.

Subjek M mencerminkan penghayatan terhadap nilai-nilai sikap, di mana ia menghadapi pengalaman hidup yang sulit dengan ketabahan dan kekuatan untuk bangkit. Subjek M pernah mengalami masa sulit akibat diagnosis kesehatan mental yang kurang tepat, yang bahkan sempat membuatnya berada di titik terendah dalam hidup. Namun, setelah mendapatkan diagnosis, pengobatan, dan terapi yang sesuai, subjek berhasil memperbaiki kondisi mentalnya. Pengalaman ini mendorong subjek M untuk mengambil langkah positif dengan menjadi seorang Mental Health Advocate. Ia menggunakan pengalaman pribadinya sebagai pelajaran untuk menyebarkan kesadaran tentang pentingnya kesehatan mental kepada banyak orang.

Subjek W mencerminkan penghayatan terhadap nilai-nilai sikap, di mana ia mampu menghadapi pengalaman sulit dengan keberanian dan ketegaran. Subjek pernah mengalami tantangan berupa perlakuan bullying, yang memengaruhi dirinya secara emosional. Namun, subjek memilih untuk memotivasi dirinya agar tetap kuat, berjuang melawan keraguan, dan membuktikan bahwa ia mampu menghadapi situasi tersebut. Mendapatkan perilaku buruk W menjadikannya sebagai motivasi untuk terus maju.

RA mencerminkan penghayatan terhadap nilai-nilai sikap, di mana ia mampu menghadapi berbagai kesulitan hidup dengan sikap ikhlas, legowo, dan berpikir positif. Subjek RA menghadapi sejumlah masalah berat, seperti kehilangan ayah di usia muda, menjadi korban penipuan saat perjalanan umroh, dan mengalami kerugian dari proyek yang gagal. Meski demikian, subjek memilih untuk menerima keadaan dengan lapang dada dan tetap fokus pada hal-hal positif. Subjek RA menunjukkan ketabahan dalam menghadapi peristiwa sulit, sekaligus menjadikannya sebagai pembelajaran hidup.

Tabel 4. Nilai-Nilai Makna Hidup

No	Nilai-Nilai Makna Hidup	M	W	R	C	RA
1	Dengan melakukan aktivitas baru	M membuat tindakan baru dengan memanfaatkan platform media sosial sebagai	W membuat konten dengan tidak mengharapkan apapun namun mendapatkan	R mengisi waktu luang kuliah dengan membuat konten dan menjadi	C membuat aktivitas baru dengan menjadi	RA membuat agency bersama rekan-rekannya.

		sarana untuk menyebarkan isu kesehatan mental.	respon positif sehingga menjadikan itu pekerjaan W sekarang.	influencer.	influencer karena terinspirasi dari lingkungan sekitar.	
2	Nilai-Nilai Penghayatan	M menjadi influencer karena pengaruh keluarga dan melanjutkan pekerjaannya dengan tanggung jawab dan ingin memotivasi banyak orang.	W melihat agama ada karena manusia memiliki alasan dan tujuan tersendiri.	R melihat agama memberikan batasan dan mengingatkan tentang kematian.	x	RA memiliki komitmen untuk tidak menyimpang dari ajaran agama dari dulu hingga sekarang.
3	Nilai-Nilai Sikap	M memiliki pengalaman buruk dan menemukan solusi terbaik karena hal itu M tersadar untuk membantu orang lain dengan membuat konten terkait kesehatan mental.	W berjuang melawan dirinya sendiri akibat pengalaman buruk dan meyakini diri sendiri untuk tetao kuat dan tidak menyerah.	x	x	RA memiliki beberapa pengalaman buruk dan menanamkan dirinya sendiri untuk tetap berpikir positif.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil wawancara dari kelima subyek, mereka memenuhi 2 dari 6 indikator influencer. Subjek W, C, dan RA memenuhi indikator influencer kepercayaan yaitu seberapa jujur, berintegritas, dan dapat diandalkannya influencer. Sedangkan Subjek M dan R memenuhi indikator influencer keahlian yaitu mencakup pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan sebagai seorang influencer. Merujuk hasil penelitian dari wawancara 5 subjek yaitu M, W, R, C, dan RA terdapat beberapa kesamaan antar subjek dalam memaknai hidupnya. Subjek M, W, R, C, dan RA sama-sama ingin membuat konten untuk bermanfaat bagi orang lain walaupun konten mereka membahas hal yang berbeda-beda, mereka memiliki satu tujuan yang sama. Persamaan makna hidup ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki tujuan yang sama yaitu bermanfaat untuk orang lain, walaupun hal yang ingin mereka tunjukkan ke orang lain itu berbeda-beda.

Dalam proses menemukan makna hidup ketika menjadi influencer, kelima subjek mendapatkan insight baru walaupun insight yang mereka dapatkan berbeda-beda. Subjek M mendapatkan insight dari pengalaman dia yang struggling terhadap dirinya sendiri dan dapat bertahan dia ingin membagikan itu di media sosial. Subjek W dan R mendapatkan insight dari hinaan yang dia dapat, ingin membuktikan bahwa dia bisa untuk berubah menjadi lebih baik dan hal ini juga mereka bagikan melalui konten mereka. Subjek C mendapatkan insight setelah kesusahan dalam mencari informasi tentang beasiswa di media sosial, setelah dia mendapatkan beasiswa dia membagikan itu untuk membantu orang lain. Subjek terakhir yaitu RA merasa lebih

percaya diri sejak membuat konten, berbeda dari sebelumnya yang pemalu. Dapat disimpulkan bahwa setelah kita menjadi influencer ataupun memiliki pengalaman buruk, kita bisa menjadikan itu menjadi hal yang positif bahkan bisa jadi bermanfaat bagi orang lain.

Perubahan sikap juga terjadi di 3 subjek dalam menemukan makna hidup setelah menjadi influencer yaitu subjek M, C, dan RA. Subyek M, C, dan RA memiliki sikap yang buruk sebelumnya, namun dia sadar bahwa tidak baik memiliki sikap tersebut terlebih membagikan itu di media sosial. Kesimpulannya adalah ketika menjadi influencer banyak perubahan-perubahan ke arah yang lebih positif lagi terutama untuk diri kita sendiri.

Di kelima subjek juga mereka memiliki self commitment masing-masing. Subjek M berkomitmen untuk terus belajar dan berkembang untuk dirinya sendiri. Subjek W tetap berkomitmen terhadap nilai-nilai hidup yang diajarkan ibunya dan selalu jadi dirinya sendiri. Subjek R tidak merasa adanya perubahan terhadap nilai-nilai hidup dan tetap fokus terhadap tujuan awal yaitu akhirat dan ingin bermanfaat bagi orang lain. Subjek C memiliki tujuan hidup sukses untuk diri sendiri dan ingin membantu orang lain. Subjek RA berkomitmen dalam membentuk bisnis bersama rekan-rekannya dengan aktif di media sosial dan membuka peluang baru. Walaupun mereka sesama influencer, mereka memiliki jalan komitmen yang berbeda-beda yang di dasari dari keinginan dan cara pandang hidup yang berbeda.

Dalam menemukan makna hidup, kelima subyek juga melakukan kegiatan terarah yang positif. Subjek M mempelajari tentang psikologi dan kesehatan mental karena hal ini ia ingin menyebarkan dan mengajarkan ke orang lain. Subjek W konten tentang workout dan menjaga pola makan. Subjek R konten yang awalnya hanya edukasi menjadi motivasi juga seperti tentang olahraga, hukum, agama. Subjek C membuat konten edukasi dengan membagikan google drive dan ternyata banyak yang terbantu. Subjek RA ingin meraih tujuan hidupnya dengan cara bekerja, fokus terhadap diri sendiri, dan meningkatkan skill. Dari kegiatan positif yang kelima subjek lakukan, walaupun mereka memilih jalan yang berbeda mereka sama-sama ingin bermanfaat untuk dirinya sendiri dan orang lain.

Ketika proses menemukan makna hidup, kelima subjek memiliki proses yang sama dalam menemukan makna hidup mereka yaitu social support, kelima subjek sama-sama membutuhkan dukungan keluarga dan kerabat terdekat untuk menemukan makna hidup dan melihat keluarga adalah yang membuat makna hidup mereka berarti.

Pada nilai-nilai makna hidup di dapatkan kelima subjek melakukan nilai-nilai makna hidup yang pertama yaitu dengan melakukan aktivitas baru. Pada nilai makna hidup kedua yaitu nilai-nilai penghayatan yang merupakan penghayatan terhadap nilai kebenaran, kebajikan, keindahan, keadilan, cinta kasih, keimanan, dan keagamaan. Subjek M, W, R, dan RA melakukan nilai penghayatan sehingga membuat mereka memandang nilai makna hidup dengan melakukan kebenaran dan keimanan dari cara pandangan hidup mereka. Pada nilai makna hidup ketiga yaitu Nilai-nilai sikap yaitu ketika sedang terjadi masalah di kehidupannya yang tidak dapat dihindari, individu tersebut dapat menghadapinya dengan perasaan yang tabah dan tegar. Subjek M, W, dan RA melakukan nilai tersebut, mereka belajar dari pengalaman buruk yang mereka alami dan tetap bertindak positif dari kejadian tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi makna hidup didapatkan bahwa subjek W, R, C, dan RA memilih yang mempengaruhi makna hidup mereka adalah kehidupan keagamaan dan filsafat dimana meskipun mereka tidak tahu alasan buruk atau yang terjadi di kehidupan mereka, seseorang dengan spiritual yang tinggi dapat menemukan makna hidup mereka, keempat subjek ini percaya bahwa manusia memiliki tujuan hidup dan ini didasari oleh kepercayaan agama mereka. Untuk Subjek M, menurut M yang mempengaruhi makna hidup M adalah cinta pada sesama dimana cinta membuat seseorang dapat memahami nilai-nilai hidup yang lebih dalam, merasakan emosi yang kuat dan memberi makna pada hidup melalui pengalaman mencintai dan dicintai. Subjek M percaya bahwa yang mempengaruhi makna hidup M adalah karena cintanya pada orang-orang yang dia sayangi dan ingin membahagiakan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages

Using Instagram]. Polyglot: Jurnal Ilmiah, 16(2), 203.
<https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>

- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial.
- Auhagen, A. E. (2000). On the psychology of meaning of life 1. In Bern Swiss Journal of Psychology (Vol. 59, Issue 1). © Verlag Hans Huber.
- Bakshy, E., Hofman, M. J., Mason, A. W., & Watts, J. D. (2011). Proceedings of the fourth ACM international conference on Web search and data mining. ACM Digital Library.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. 9(1), 140–147.
- Chae, J. (2018b). Explaining Females' Envy Toward Social Media Influencers. *Media Psychology*, 21(2), 246–262. <https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1328312>
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behaviors*, 68.
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media): Vol. III (Issue 1). http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sos
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Fadhila, S. A., Sukmayadi, V., & Affandi, A. F. M. (2023a). Pengelolaan Kesan Daring Dalam Meraup "Cuan": Studi Fenomenologi Pada Influencer Tiktok Di Indonesia. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 505–517. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i3.5889>
- Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Fridayanti, F. (2013). Pemaknaan Hidup (meaning in life) dalam kajian psikologi. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 18(2), 789-198.
- Glucksman, M. (2017). Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding by Morgan Glucksman-77 The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding: A Case Study of Lucie Fink.
- Josef, V., Martin, N., Lucia, Č., & Miroslav, P. (2019). Who is Influencer and How to Choose the Right One to Improve Brand Reputation? *Managing Global Transitions*, 17(2). <https://doi.org/10.26493/1854-6935.17.149-162>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Laili, R., Z. (2023). Gambaran Makna Hidup Pekerja Akibat Pandemi Covid-19 Di Dusun Payak Santren, Desa Rejoagung, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Panggabean, D. A. (2024, May 29). Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024. Rri.Co.Id.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Purbhastuti, W. A. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi (Vol. 12, Issue 2).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common |* (Vol. 3).
- Rahmalia, D. (2018). Makna Hidup Pada Wanita Dewasa Madya Yang Belum Menikah.
- Refinia, A., Arifin, S., Rini, A. P., Pratitis, N., & Psikologi, F. (2023). Bagaimanakah kebahagiaan perempuan?: Studi fenomenologi deskriptif pengalaman perempuan yang menjalani long distance marriage. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(4), 980–990.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as Qualitative Research* (3rd ed.). Teachers College Press.

- Sesar, V., Martinčević, I., & Boguszewicz-Kreft, M. (2022). Relationship between Advertising Disclosure, Influencer Credibility and Purchase Intention. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/jrfm15070276>
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP SIKAP PADA MEREK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). In *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi: Vol. VIII (Issue 2)*. www.youtube.com/TasyaFarasya,
- Tarigan, E. B., Nofiawaty, N., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow: Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1618–1629. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4067>
- Tarigan, M. M. yesika. (2024). Setiap Kekurangan Itu Unik: Kisah Nadhira Tuffahati, Beauty Influencer yang Menginspirasi. *Ilmu Komunikasi - Universitas Padjadjaran*. <https://ilkom.fikom.unpad.ac.id/setiap-kekurangan-itu-unik-kisah-nadhira-tuffahati-beauty-influencer-yang-menginspirasi/> Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan, D. (n.d.). MAKNA HIDUP PADA PENDERITA KANKER SKRIPSI.
- Utari, R., & Rifai, A. (2020). Makna Hidup Menurut Victor E. Frankl Dalam Pandangan Psikologi Islam. In *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris (Vol. 7, Issue 2)*.
- Vrontis, D., Makrides, A., Christofi, M., & Thrassou, A. (2021). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 617–644. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12647>
- Yuliani, W. (2018). Quanta Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. 2(2). <https://doi.org/10.22460/q.v2i1p21-30.642>