

Ahmad Junaidi, Budi Syaifulrahman: Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim

Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim

Ahmad Junaidi^{1*}, Budi Syaifulrahman²

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: ahmadd@fikom.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: bsyfrhman13@gmail.com

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

Abstract

Indonesia is experiencing environmental problems such as air pollution, illegal logging, waste, that cause natural damage. There have been many social media campaigns for the declaration of "Indonesia's Climate Crisis Emergency." The Instagram account @extinctionrebellion.id is an initiative of an activist movement that focuses on the issue of the climate crisis. Instagram is the object of research because there are more social media users than on other social media. The features found on Instagram provide a good understanding and are accessible for the public to digest to help @extinctionrebellion.id achieve its goals. This study aims to know how communication strategy of the XR Indonesia is using Instagram as a social media in campaigning for the climate crisis issue to increase public awareness. By using qualitative research methods, researchers use the concept of persuasive communication and the Elaboration Likelihood (ELM). Data collection techniques are observation, interviews, documentation, and literature study. The results showed that the features available on Instagram facilitate the delivery of messages on central and peripheral lines. The central line is carried out by reporting the latest information and discussion activities on social media. Meanwhile, peripherals are carried out by presenting content with visual power and organizing exciting events. Thus, this research supports the ELM theory.

Keywords: communication strategy; citizen's awareness, climate crisis, Instagram

Abstrak

Indonesia saat ini sedang mengalami permasalahan lingkungan seperti polusi udara, penebangan liar, limbah sampah, dan hal lain yang menyebabkan kerusakan alam. Banyak organisasi nirlaba mengkampanyekan deklarasi "Indonesia Darurat Krisis Iklim", termasuk XR Indonesia melalui akun instagram @extinctionrebellion.id. Fitur-fitur yang terdapat pada Instagram dimanfaatkan untuk memberikan pemahaman yang baik dan mudah untuk dicerna oleh masyarakat agar dapat membantu @extinctionrebellion.id dalam mencapai tujuan. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi komunikasi XR Indonesia dalam penggunaan Instagram sebagai media sosial dalam mengkampanyekan isu krisis iklim untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti menggunakan konsep komunikasi persuasif dan Elaboration Likelihood Model (ELM). Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur yang tersedia di Instagram memudahkan penyampaian pesan pada jalur sentral dan perifer. Jalur sentral dilakukan dengan pemberitaan informasi terkini dan kegiatan diskusi pada media social. Sementara itu, perifer dilakukan dengan cara menyajikan konten dengan kekuatan visual dan menyelenggarakan event-event yang menarik. Dengan demikian penelitian ini mendukung adanya teori ELM.

Kata Kunci: Strategi komunikasi; Instagram, kesadaran masyarakat, krisis iklim

1. Pendahuluan

Berbagai macam masalah lingkungan, seperti polusi udara, banjir, penebangan liar, limbah sampah, dan lain sebagainya, saat sedang mengancam Indonesia. Banyak organisasi nirlaba melakukan gencar kampanye di media sosial yang dengan tema “*Indoneisa Darurat Krisis Iklim*”, salah satunya adalah XR Indonesia melalui akun Instagram *@extinctionrebellion.id*. Media sosial memiliki potensi yang sangat besar dalam kampanye permasalahan lingkungan, bentuk komunikasi yang ‘satu ke banyak’ merupakan kemampuan yang menjanjikan dalam menjangkau banyak individu dalam skala waktu yang *real time*.

Penggunaan media sosial Instagram dinilai sangat baik untuk mendapatkan perhatian masyarakat secara cepat dalam menyampaikan pesan-pesan yang bersifat persuasif. Pesan persuasif ini bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan fitur Instagram yang telah tersedia yakni dengan menyuarakan aspirasi kedalam sebuah konten video atau berupa foto. Penggunaan Instagram sebagai medium utama dalam penyampaian informasi terkait permasalahan lingkungan. Instagram dijadikan objek penelitian karena pengguna media sosial ini lebih banyak ketimbang media sosial lainnya dan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram dapat memberikan pemahaman yang baik dan mudah untuk dicerna oleh masyarakat agar dapat membantu *@extinctionrebellion.id* dalam mencapai tujuan.

Akun instagram *@extinctionrebellion.id* merupakan sebuah inisiasi dari aktivisme krisis iklim (*climate crisis*) dan sebuah perpanjangan dari XR dunia yang pada awalnya terlahir 31 Oktober 2018 di London. Akun Instagram ini dipakai sebagai strategi komunikasi XR Indonesia dalam menyebarkan program-program dengan pendekatan *theory of change*, atau perubahan bisa saja datang melalui aksi secara langsung atau turun ke jalan. Aksi ini dilakukan tanpa adanya keributan atau suatu tindak kekerasan (*non-violence action*). XR sebagai komunitas yang berfokus pada isu krisis iklim memiliki target yakni adanya keterlibatan pemerintan dan korporasi.

Strategi komunikasi meliputi perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan komunikasi melalui taktik dan operasional (Sudarman, 2018). Pada penelitian ini penulis menggunakan juga teori komunikasi menurut *Richard Patty & John Cacioppo* yaitu *Elaboration Likelihood Theory*, dimana seseorang dapat memproses suatu pesan persuasif dengan cara yang berbeda. Peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi dan wawancara pada pengelolah akun Instagram *@extinctionreblion.id* (XR), dimana organisasi ini telah memposting 295 unggahan dan memiliki 14,500 ribu pengikut.

Dari latar belakang tersebut, penulis ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi XR Indonesia dengan penggunaan Instagram *@extinctionrebellion.id* dalam upaya untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan krisis iklim di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi penggunaan Instagram sebagai media sosial dalam mengkampanyekan isu krisis iklim untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena permasalahan berhubungan dengan individu atau masyarakat secara fundamental bergantung pada sebuah pengamatan. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian untuk dapat

Ahmad Junaidi, Budi Syaifulrahman: Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim

memahami sebuah fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai macam metode alamiah. Sedangkan pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan secara utuh kepada subjek penelitian di mana terdapat sebuah peristiwa yang menjadikan peneliti sebagai instrumen kunci dalam penelitian. Hasil daripada pendekatan ini akan berbentuk kata-kata yang tertulis data empiris yang telah diperoleh dan dalam pendekatan ini juga akan lebih menekankan makna daripada sebuah generalisasi.

Metode penelitian merupakan sebuah cara yang digunakan agar dapat mendapatkan data dengan kesesuaian dalam kebutuhan pada suatu penelitian (Sugiyono, 2013). Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu studi kasus. Studi kasus adalah studi yang dilakukan secara mendalam terhadap individu dalam jangka waktu yang relatif lama, studi ini juga dilakukan secara menerus dan menggunakan objek tunggal yang dapat diartikan bahwa kasus yang sedang dialami oleh individu. Pada penelitian ini studi kasus dilakukan dengan cara mengumpulkan data mengenai subjek dari keadaan masa sebelumnya, sekarang dan lingkungan yang ada di sekitar (Broto, 2016). Dengan menggunakan metode wawancara secara mendalam peneliti ingin menggali lebih dalam lagi terkait peran Instagram dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan krisis iklim.

Subjek penelitian dideskripsikan sebagai informan yang memiliki arti sebagai individu yang dimanfaatkan sebagai penerima informasi mengenai sebuah situasi dan kondisi terhadap tempat penelitian. Subjek pada penelitian ini adalah *@extinctionrebellion.id*, peneliti memerlukan informasi dari pemilik atau pengelola akun Instagram tersebut yang dikarenakan peneliti akan meneliti bagaimana penggunaan Instagram dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan krisis iklim. Objek penelitian adalah sebuah atribut atau nilai dari individu dalam sebuah kegiatan yang mempunyai ragam tertentu yang telah dipilih oleh peneliti untuk mempelajari serta ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Objek dari penelitian ini adalah kesadaran masyarakat akan krisis iklim yang tergerak karena penggunaan media sosial Instagram sebagai medium dalam melakukan pesan yang bersifat persuasif.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara dengan teknik berstruktur. Teknik terstruktur dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti (Rukajat, 2018). Wawancara dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara terstruktur kepada beberapa *key informant* atau narasumber. Narasumber adalah Melissa Kowara yang merupakan Aktivis XR Indonesia, Karina Oktaviani sebagai pengurus akun Instagram XR Indonesia, Verdi Oktaviani sebagai pengikut (*follower*). Proses wawancara dilaksanakan melalui fitur *Chat*, *Voice Note (VN)* dari aplikasi Whatsapp, dan aplikasi *Signal*, yang dikarenakan narasumber tidak memiliki kesempatan atau berhalangan untuk hadir pada saat wawancara. Data yang telah terungkap melalui wawancara dilengkapi juga dengan data yang dihasilkan dari proses observasi terhadap akun Instagram XR Indonesia, observasi yang dilakukan pada rentan waktu bulan Agustus sampai dengan bulan November. Sebagai upaya untuk memperkuat adanya substansi dari hasil wawancara dan observasi maka peneliti melakukan proses dokumentasi yang dimaksud untuk menampilkan hasil observasi dan wawancara.

Peneliti mengolah data-data serta menganalisis data dengan model Miles dan Huberman. Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga alur kegiatan yang terjadi bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/*verifikasi* (Arikunto, 2010).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Strategi Komunikasi XR Indonesia Penggunaan Instagram untuk Meningkatkan Kesadaran Krisis Iklim

Dalam menjalankan fungsinya, media sosial merupakan sebuah medium yang ada di internet dan memungkinkan bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi dan bekerja sama, berbagi dan tentunya membentuk hubungan sosial yang dilakukan secara virtual. Boyd (dalam Nasrullah, 2015) menjelaskan bahwa media sosial adalah suatu kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu ataupun komunitas agar dapat berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu bisa saja saling berkolaborasi. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGCC) dimana konten yang dihasilkan oleh pengguna bukan editor sebagaimana yang ada di institusi pada media massa.

Extinction Rebellion Indonesia aktif dalam berbagai media sosial yang tersedia pada saat ini, terlebih penggunaan Instagram menjadi sebuah faktor utama dimana aktivitas kampanye dapat dilakukan dengan sangat mudah. Seperti pernyataan yang dikatakan oleh *key informant* kedua (2) menyatakan bahwa XR Indonesia menggunakan banyak platform media sosial, seperti Twitter, Instagram, Twibbon, Facebook. Dari banyaknya media sosial yang digunakan Instagram menjadi pilihan pertama.

“Banyak platform yang digunakan, twitter, instagram, twibbon, facebook. akan tetapi yang paling aktif adalah Instagram.” –Karina Oktaviani

Penggunaan instagram memberi dampak pada pertumbuhan *followers* Instagram @extinctionrebellion.id, dari pernyataan *key informant* kedua (2) *followers* Instagram XR Indonesia bertambah sebanyak 16 ribu selama dua tahun dan informan kedua (2) menyatakan bahwa instagram memiliki konten yang sederhana, singkat, dan informatif yang banyak disukai oleh masyarakat Indonesia, hal ini memang menjadi karakteristik dari Instagram sendiri yang menyajikan sebuah media dalam bentuk yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Berikut kutipan dari *key informant* kedua (2):

“Sangat signifikan, XR Indonesia mendapatkan followers sebanyak 16 ribu selama dua tahun.” Karina Oktaviani

Selain itu *key informant* kedua (2) menyatakan bahwa Instagram memiliki konten yang bersifat sederhana, singkat dan informatif, hal seperti inilah yang banyak disukai oleh masyarakat Indonesia. Berikut adalah pernyataan yang diberikan oleh *key informant* kedua (2):

“Konten Instagram sederhana, singkat, informatif seperti yang disukai sebagian besar masyarakat Indonesia.” - Karina Oktaviani

Ahmad Junaidi, Budi Syaifulrahman: Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim

Key informant ketiga (3) juga memberikan tanggapan yang sama terhadap konsep Instagram yang simple dan memberikan pengaruh yang besar. Faktor utama yang ditunjukkan adalah banyaknya pengguna Instagram sekarang, terutama pengguna yang paling banyak adalah anak muda. Berikut pernyataan yang diberikan oleh *key informant ketiga (3)*:

“Menurut saya sangat berpengaruh, karena kan kita tahu bahwa sosial media memiliki banyak penggunanya apalagi anak muda sekarang ya... jadi akan memungkinkan untuk menumbuhkan yang namanya sadar akan masalah iklim yang sedang terjadi.” - Verdi Oktaviandi

Terkait strategi, XR Indonesia, penggunaan atau pemanfaatan Instagram memang menjadi sebuah strategi dilakukan pada saat ini, pemanfaatan fitur yang maksimal dalam Instagram akan membantu dan mengajak masyarakat terutama yang “peduli” dalam melakukan kolaborasi. Berikut adalah pernyataan dari *key informant kedua (2)*:

“XR memanfaatkan fitur promosi dan mengajak masyarakat lain yang peduli untuk berkolaborasi dalam menyuarakan isu krisis iklim.” – Karina Oktaviani

Dalam memunggah sebuah gambar, XR Indonesia biasanya memiliki kriteria tersendiri yakni dengan memberikan tambahan element seperti grafis yang memberikan sebuah informasi penting dan menambah sebuah foto aksi. Berikut pernyataan tambahan dari *Key informant kedua (2)*:

“Agar terlihat berwarna, XR memposting foto aksi dan diselingi foto grafis berisi info penting berkaitan tentang krisis iklim.” - Karina Oktaviani

Persuasi @extinctionrebellion.id Melalui Jalur Sentral dalam Perlindungan Iklim

Dalam unggahan akun @extinctionrebellion.id, XR Indonesia ini memiliki upaya dalam memposting sebuah konten setidaknya dalam kurun waktu dua hari, akun @extinctionrebellion.id akan tersedia satu unggahan. Berikut adalah pernyataan yang diberikan oleh *Key informant kedua (2)*:

“XR mengusahakan untuk setidaknya dalam 2 hari tersedia satu unggahan.” – Karina Oktaviani

Pesan persuasi yang dilakukan @extinctionrebellion.id melalui jalur sentral dapat dilihat dari bentuk unggahan yang memiliki informasi situasi terkini, dan XR Indonesia melakukan kerja sama antar komunitas dan beberapa *funding campaign*. Berdasarkan pernyataan diatas peneliti dalam menilai bagaimana kerja sama yang terjadi antar sesama komunitas peduli akan iklim dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menyajikan unggahan yang terkini atau *up to date*. Berikut adalah pernyataan yang diberikan oleh *key informant ketiga (3)*:

“Unggahan dari XR Indonesia menarik banget untuk aku lihat, karena memang beritanya selalu up to date, seperti berita tentang angin kencang yang melanda jabodetabek beberapa hari lalu silam, dan XR Indonesia dalam

memposting biasanya bekerja sama dengan beberapa komunitas peduli iklim lainnya, dan beberapa funding campaign lainnya.” – Verdi Oktaviandi

XR Indonesia adalah sebuah pergerakan yang fleksibel, dimana siapapun boleh untuk mengajukan sebuah ide atau konten, ide atau konten ini nantinya akan di kerjakan secara bersama oleh tim dari beberapa grup yang ada dalam *working group* XR Indonesia. Berikut pernyataan dari *key informant* kedua (2):

“Pergerakan ini fleksibel, siapapun boleh mengajukan ide konten sehingga ide dapat dikerjakan bersama dan akan di upload sesegera mungkin.” – Karina Oktaviani

XR Indonesia adalah gerakan yang disentralisasi dimana semua masyarakat dapat bergerak atau memiliki hak dalam menggunakan nama XR dan tentunya harus tetap dalam menggunakan 10 prinsip dasar yang dimiliki oleh XR Indonesia. *Key informant* pertama juga mengatakan bahwa XR Indonesia memiliki tuntutan yang diperuntukkan bagi pemerintah, dimana tuntutan ini ditunjukkan dengan menyebarkan kebenaran tentang situasi darurat iklim, perubahan pada kebijakan. Untuk itu masyarakat juga dituntut agar ikut bergerak dalam membenarkan situasi krisis iklim saat ini. Berikut pernyataan yang diberikan oleh *key informant* satu (1).

“XR Indonesia merupakan sebuah gerakan disentralisasi dimana semua orang boleh membuat chapter XR-nya sendiri, semua orang berhak bergerak menggunakan nama XR asal menganut 10 prinsip dasar XR.” – Melissa Kowara

Persuasi @extinctionrebellion.id Melalui Jalur Periferal dalam Perlindungan Iklim

1) Kekuatan visual

Kekuatan visual merupakan teknik memberikan pesan persuasi melalui jalur periferal, kekuatan visual yang diberikan oleh @extinctionrebellio.id berupa bentuk foto, aktif dalam melakukan repost Instagram *story*, dan tentunya membuat tampilan *feeds* Instagram XR cenderung lebih menampilkan aksi rebell atau pemberontakan. Berikut adalah hasil observasi yang peneliti lakukan di akun @extinctionrebellion.id:

2) Event

XR Indonesia menggelar aksi International Rebellion Week diadakan pada hari Minggu, 13 Oktober 2019 titik temu FX Sudirman, dan dilanjutkan berjalan santai sampai bundaran HI, acara yang diselenggarakan dengan maksud memperingati international rebellion week dimana gerakan ini telah terjadi di 60 kota di seluruh dunia. Unggahan ini di publikasikan pada situs resmsi Extinction Rebellion Indonesia, <https://extinctionrebellion.id/international-rebellion-week> diakses pada 26 November 2021.

Instagram memang berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Temuan ini mendukung teori-teori sebelumnya yang menyatakan instagram memiliki kekuatan persuasi. Menurut XR Indonesia Instagram merupakan platform sederhana, dengan pengguna yang banyak di Indonesia sangat memungkinkan untuk @extinctionrebellion.id dalam mengkampanyekan isu permasalahan lewat medium Instagram. Peneliti mendapatkan fakta dari hasil wawancara bersama Karina Oktaviani, ia mengatakan bahwa dalam kurun waktu dua tahun,

Ahmad Junaidi, Budi Syaifulrahman: Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim

@*extinctionrebellion.id* mendapatkan 16 ribu followers. Pencapaian sebesar ini dalam kurun waktu dua tahun sangat memungkinkan untuk terjadi karena Instagram sendiri mempunyai banyak fitur yang bisa di manfaatkan dalam mengkampanyekan isu krisis iklim, seperti pemanfaatan instastory dengan melakukan repost terhadap suatu unggahan yang di lakukan oleh teman-teman rebell.

Selanjutnya, penelitian ini juga memperlihatkan adanya proses persuasi melalui jalur sentral dan feriferal. Proses persuasi jalur sentral melalui penyampaian informasi terkini dan penyelenggaraan kegiatan diskusi. Sedangkan proses persuasi jalur feriferal dicapai melalui penyajian konten yang memiliki kekuatan visual dan penyelenggaraan event-event yang menarik perhatian publik. Dengan demikian penelitian ini mendukung teori ELM. Lien (dalam Hendri, 2019:132), menyebutkan bahwa pada model ini akan membentuk sikap setelah individu memproses pesan komunikasi yang dilihatnya, yang dikarenakan proses elaborasi berkaitan dengan kesesuaian antara objek sikap terhadap informasi yang telah dimiliki oleh individu. Pada saat *persuadee* (kelompok) dalam mengelaborasi (penggarapan) pesan (*content*) persuasi, efeknya adalah untuk pembentukan sikap yang diharapkan bisa terserap secara permanen atau kuat.

Terkait hasil yang didapatkan dari wawancara bersama Verdi Oktaviandi selaku *followers*, ia tertarik untuk mengikuti kegiatan yang XR Indonesia lakukan, karena XR Indonesia adalah salah satu gerakan relawan yang saat ini masih sangat aktif dalam melakukan gerakan langsung dan pemberitaan di sosial media. Ia juga mengatakan bahwa sebelum mencari dan menerima informasi atau berita alangkah baiknya untuk menyaring berita dan memastikan berita tersebut. Selain itu Verdi juga menambahkan bahwa setelah ia menerima informasi tersebut timbul rasa simpat, dan empati yang menjadi sangat sensitif terhadap kondisi iklim Indonesia yang terjadi saat ini. Verdi mengungkapkan bahwa menjaga iklim merupakan kewajiban manusia untuk menjaga bumi karena manusia adalah makhluk yang berperan besar dalam menjaga kelestarian bumi sertasudah menjadi hak manusia untuk hidup dengan nyaman.

Temuan dalam penelitian memperlihatkan bahwa teori ELM yang selama ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dapat juga dilakukan dengan metode kualitatif. Untuk masa mendatang, penelitian ini dapat dikembangkan dengan metode campuran yaitu kualitatif yang didukung dengan data kuantitatif dan sebaliknya.

4. Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa medium Instagram dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Penggunaan medium ini menjadi strategi komunikasi yang bertujuan menumbuhkan rasa simpati dan empati masyarakat terhadap perubahan iklim melalui proses persuasi melalui jalur sentral dan periferal. Proses persuasi jalur sentral melalui penyampaian informasi terkini dan penyelenggaraan kegiatan diskusi.

Sedangkan proses persuasi jalur periferal dicapai melalui penyajian konten yang memiliki kekuatan visual dan penyelenggaraan event-event yang menarik perhatian publik. Dengan demikian penelitian ini mendukung teori ELM. Pemanfaatan Instagram juga menumbuhkan perhatian publik dengan bertambahnya pengikut @*extinctionrebellion.id* sebanyak 16 ribu dalam kurun waktu dua tahun. Hal ini menunjukan bahwa Instagram menjadi medium yang dapat menumbuhkan perhatian masyarakat dengan cepat.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Broto, H.D.F. (2016). Stres pada mahasiswa penulis skripsi (studi kasus pada salah satu mahasiswa program studi bimbingan dan konseling Universitas Sanata Dharma). (Skripsi). Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Hendri, E. M. (2019). *Komunikasi Persuasif, Pendekatan dan Strategi* (A. Holid, Ed.). PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, R. M. (2017). *Media Sosial, Prespektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Buku Pendidikan Deepublish.
- Sudarman, Asep. (2018). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Bandung
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

