

Penggunaan Instagram Live BeritaBaik. Id dalam Program Bicara Baik

¹Miranda Shafira Alamsyah, ²Aat Ruchiat Nugraha *

^{1,2}Universitas Padjadjaran., Bandung, Indonesia
Email: ¹miranda18001@mail.unpad.ac.id; ²ruchiat@unpad.ac.id*
*corresponding author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received : 2021-10-08

Revised : 2022-06-30

Accepted : 2022-06-30

Keywords:

Live Instagram

Participation

Interactivity

Message

Social Media

The use of digital media platforms that have interactive features is the main choice during the Covid-19 pandemic in order to avoid physical contact but information and communication are still conveyed. One such digital media platform is Instagram Live BeritaBaik.id with the Good Talk program. This study used a descriptive method with data collection techniques through participant observation, interviews and literature studies. The purpose of this study is to find out and explain aspects of participation, interactivity, and the content of messages conveyed on social media Instagram Live "Speak Well" with the Act Mental Community. The results showed that the aspect of participation in the Instagram Live of Good Talk with the Mental Act Community is still relatively low. This can be seen from the two episodes that are a collaboration BeritaBaik.id and the Act Mental community, there are only 0.4-0.5% of BeritaBaik.id followers who participate in the Good Talk Instagram Live. Meanwhile, the interactivity aspect has been well established between the host, the speaker and the audience which is shown by the comments and questions given by the audience which are then responded to by the source. In fact, for aspects of communication patterns that are established at the Good Talk Instagram Live event, it is in the form of circular communication patterns between speakers and viewers who are affectionate and interact with each other in such a way so that the audience can listen to Instagram Live with the Mental Act Community clearly regarding important points that are educational.

1. PENDAHULUAN

Masuknya Covid-19 ke Indonesia pada 2 Maret 2020 berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan. Tidak hanya pada bidang kesehatan, tetapi juga pada bidang bisnis, khususnya pada sistem kerja itu sendiri. Penyebaran Covid-19 yang tergolong sangat cepat membuat pemerintah menganjurkan sistem bekerja dari rumah, atau yang kerap kali disebut sebagai "work from home". Secara resmi, Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia, pada tanggal 17 Maret 2020 menerbitkan surat edaran nomor M/3/HK.04/III/2020 tahun 2020 tentang Pelindungan Pekerja/Buruh dan Kelangsungan Usaha dalam Rangka Pencegahan dan Penanggulangan Covid-19. Sehingga terhitung akhir Maret 2021, mayoritas perusahaan di Indonesia telah menerapkan "work from home". Tidak terkecuali PT. Warta Milenial Indonesia (BeritaBaik.id).

Sebelum masuknya Covid-19 ke Indonesia, divisi *Marketing Communications* yang memiliki peran sebagai *Public Relations* di BeritaBaik.id rutin melaksanakan berbagai kegiatan untuk dapat memperkenalkan BeritaBaik.id kepada khalayak luas serta membentuk keterikatan dengan para pembaca. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara luring bersama dengan beberapa komunitas. Berdasarkan pernyataan dari Winda Yuliani selaku *Head of Marketing Communications* BeritaBaik.id, kolaborasi dengan komunitas dilakukan dengan alasan bahwa komunitas merupakan salah satu alasan BeritaBaik.id dapat dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat. Sehingga, komunitas merupakan *stakeholders* yang sangat penting untuk dijaga hubungannya.

Agenda yang rutin dilaksanakan BeritaBaik.id sejak tahun 2018 adalah "Organic" (Obrolan Gagasan Indonesia Cerdas). Kegiatan ini dilakukan bersama komunitas dalam bentuk *talkshow* maupun seminar di berbagai tempat, baik itu di *café*, *workspace*, maupun di kantor BeritaBaik.id itu sendiri. Organic

membicarakan banyak hal yang disesuaikan dengan fokus komunitas, seperti kesehatan, lingkungan, hingga finansial. Menurut Avitia Nurmatari selaku *Chief Executive Officer* Beritabaik.id, kegiatan Organic dilakukan untuk dapat merangkul komunitas agar dapat bertumbuh bersama-sama. Dengan mengadakan kegiatan ini, Avitia meyakini bahwa *brand positioning* dan citra positif perusahaan terbentuk sebagai media yang aktif dalam berbuat kebaikan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penawaran kerjasama oleh berbagai *brand* untuk dapat mendukung kegiatan Organic. Sebuah *brand* tidak lagi mungkin bisa mempertahankan *resistance identity* dan berusaha menutup diri dari komunitas [1].



Gambar 1
Kegiatan Organic

(Sumber: Djuli Pamungkas, 2018)

Dalam rangka memutus rantai penyebaran Covid-19 di Indonesia, awal kebijakan yang mengharuskan tidak ada kegiatan luring yang berkerumun, maka berdampak juga pada kegiatan antara komunitas dan pembaca Beritabaik.id yang harus diberhentikan sementara. Sehingga pada tahun 2020, sesuai dengan kebijakan pemerintah *Marketing Communications* Beritabaik.id memberhentikan semua kegiatan luring dan memusatkan kinerja perusahaan pada aspek *marketing* daripada *public relations* untuk dapat bertahan di era pandemi. Setelah keadaan sudah cukup stabil, pada Februari 2021, Divisi *Marketing Communications* kembali melaksanakan program yang bertujuan untuk menggantikan program luring bersama komunitas. Akan tetapi dalam pelaksanaannya disesuaikan dengan kondisi pandemi yaitu menggunakan *platform online* media sosial, yang bertajuk nama program “Bicara Baik”. Bagi bisnis perdagangan (*commerce*) tren penggunaan *e-commerce* oleh pelaku usaha dan interaksinya dengan pemasok (*supplier*) menemukan momentum disaat pandemi Covid-19 ini [2].

Bicara Baik merupakan upaya dari Beritabaik.id untuk membagikan informasi dan mempengaruhi khalayak dengan hal-hal positif sehingga tercipta keterikatan (*engagement*) antara pengikut dengan Beritabaik.id. Meskipun Bicara Baik ditujukan untuk menggantikan program-program luring bersama komunitas dalam membina hubungan baik, sehingga pada akhirnya citra positif perusahaan tetap dapat terjaga di mata publik. Kehadiran teknologi informasi berupa social media telah membawa perubahan terhadap kehidupan manusia, terutama pada aspek perilaku, yang di mana kegiatan-kegiatan manusia semakin dipermudah [3]. Namun pada pelaksanaannya, Bicara Baik tidak hanya terbatas dengan berkolaborasi bersama komunitas, melainkan juga berkolaborasi dengan narasumber-narasumber terkenal yang ahli dalam bidangnya.

Bicara baik dilaksanakan dengan menggunakan platform media sosial Instagram. Berdasarkan pernyataan dari Winda Yuliani selaku *Head of Marketing Communications* Beritabaik.id, hal ini didasarkan atas jumlah pengikut terbanyak media sosial Beritabaik.id adalah Instagram, yaitu 17.800 pengikut. Selain itu, pengguna terbanyak Instagram di Indonesia dengan rentang umur 18-24 tahun yang bersesuaian dengan *positioning* Beritabaik.id Millennial Gen Z juga menjadi alasan kuat penggunaan Instagram. Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang sedang populer di kalangan masyarakat khususnya remaja untuk berbagi foto atau video bahkan hal pribadi sekalipun [4]. Sehingga

diharapkan program Bicara Baik dapat membentuk keterikatan dengan para pembaca yang juga merupakan pengikut Beritabaik.id dan Gen Z yang menggunakan Instagram.

Terlebih lagi menurut agensi marketing sosial We Are Social dalam *Global Digital Reports 2021*, media sosial Instagram merupakan tiga dari media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan total pengguna sebanyak 85 juta orang. Hal ini menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya sebanyak 16,5%, yaitu dari 79% ke 85,5%. Sehingga melansir dari Artikel Hootsuite, Instagram merupakan salah satu platform sosial yang efektif untuk dapat mencapai tujuan bisnis pada tahun 2021[5].

Dalam pelaksanaannya, program Bicara Baik menggunakan fitur *live streaming* pada Instagram. *Live streaming* adalah video *real-time* yang dibagikan melalui Internet. Di era perkembangan teknologi, sebagian besar media sosial menawarkan opsi *streaming* yang memungkinkan interaksi dengan para penonton. Penggunaan fitur ini sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia, terlebih lagi semenjak masuknya Covid-19 ke Indonesia, peningkatan terjadi pada penggunaan fitur ini. Berdasarkan data Hootsuite dalam *Global Digital Reports 2020*, diketahui 57% pengguna media sosial menghabiskan waktunya untuk menonton acara *live streaming*.

Sejalan dengan konsep umum *live streaming* yang mengedepankan aspek ‘*real-time*’, fitur Instagram *Live* juga memungkinkan penonton untuk berinteraksi dengan pengguna yang sedang melakukan *live streaming* melalui kolom komentar selama 60 menit. Dalam media sosial bahwa kesempatan yang ada pada fitur *live video streaming* (seperti Instagram *Live*) untuk menjalin interaksi atau komunikasi dua arah menjadi salah satu aspek yang membuat fitur *live video streaming* ini disukai dan banyak digunakan oleh para pengguna [6]. Fitur Instagram *Live* juga disinyalir efektif dalam aspek penyampaian pesan kepada para penonton. Melansir dari Jurnal Warta LPM, mayoritas responden penelitian menyatakan bahwa Instagram *Live* merupakan fitur Instagram yang cukup efektif untuk digunakan dalam penyampaian pesan khususnya pesan edukatif. Maka, dapat dikatakan bahwa Instagram *Live* dapat menjadi salah satu solusi sarana penyampaian pesan di era pandemi ini [7].

Melansir dari Artikel Hootsuite, Instagram *Live* merupakan fitur yang sangat baik untuk digunakan dalam membangun keterikatan yang terhubung langsung dengan para pengikut [8]. Terlebih lagi, fitur Instagram *Live* memungkinkan seorang pengguna Instagram untuk mengobrol dengan tiga pengguna lain dalam satu ruangan *live* yang dapat disaksikan oleh masing-masing pengikut. Maka, tidak hanya keterikatan dengan pengikut pribadi saja yang dapat terjalin. Tetapi, keterikatan dengan pengikut ketiga orang lainnya yang tergabung dalam satu ruangan *live* dapat terjadi.

Berdasarkan pernyataan dari Winda Yuliani selaku *Head of Marketing Communications* Beritabaik.id yang juga merupakan pelopor dari program Bicara Baik, beliau meyakini bahwa penggunaan fitur Instagram *Live* dalam Bicara Baik dapat membentuk keterikatan dengan para pengikut. Hal ini disebabkan dengan adanya fitur komentar yang memungkinkan interaksi secara langsung. Selain itu, ia juga menambahkan bahwa dengan menggunakan fitur Instagram *Live*, Beritabaik.id dan para narasumber juga dapat bertukar pengikut dari penonton yang menyaksikan Instagram *Live*. Sehingga, kedua belah pihak dapat meningkatkan *awareness* masing-masing pihak.

Hingga sekarang, telah terbit tujuh episode Bicara Baik. Dua episode terbaru merupakan kolaborasi dengan komunitas kesehatan mental Act Mental yang dilaksanakan pada Juli 2021. Dengan mengangkat tema kesehatan mental, Beritabaik.id dan Act Mental mencoba untuk memahami kondisi masyarakat Indonesia saat ini. Mengingat, pada awal Juli 2021 masyarakat Indonesia harus kembali berdiam diri di rumah akibat dari peningkatan Covid-19. Padahal sebelum terjadinya peningkatan Covid-19 ini, telah banyak beredar kabar bahwa masyarakat Indonesia akan segera melakukan aktivitas seperti sedia kala. Berdasarkan pernyataan dari Psikolog Sri Wulandari, kondisi ini terbukti berpengaruh terhadap kesehatan mental masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan, banyaknya klien-klien Sri Wulandari yang mengeluhkan gejala-gejala gangguan kesehatan mental, seperti *stress* dan cemas yang berlebihan.



Gambar 2
Poster Promosi Bicara Baik
(Sumber: Agam Rachmawan, 2021)

Berdasarkan fenomena di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan studi mengenai aktivitas *Public Relations* Beritabaik.id dalam Program Bicara Baik. Penulis merasa penting terhadap fenomena yang terkait dengan penggunaan fitur-fitur media sosial yang menjadi solusi efektif untuk dapat menggantikan program-program *Public Relations* secara luring dalam membangun interaksi dengan khalayak perusahaan di era krisis pandemi Covid-19. Secara lebih rinci, penulis mengkhususkan untuk menjelaskan mengenai Program Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental dari aspek partisipasi, interaktivitas, hingga isi pesan yang tersampaikan.

Kerangka Teoritis

Public Relations Digital

Byron mendefinisikan public relation adalah usaha sadar untuk mempengaruhi orang, terutama melalui komunikasi, guna berfikir baik terhadap suatu organisasi, menghargainya, dan mendukungnya [9]. Sedangkan di dalam strategi kehumasan digital, aspek yang dilibatkan lebih menitik beratkan pada platform online dan media sosial untuk menjangkau ruang virtual [10].

Media Sosial

Menurut Cohen (2013) menyebutkan media sosial sendiri terdiri dari teknologi, praktik, atau komunitas online yang digunakan masyarakat untuk menghasilkan konten tertentu atau berbagi opini, pemahaman, pengalaman, dan perspektif antara satu sama lain [11]. Media sosial merupakan sebuah media baru yang mulai populer di Indonesia sejak awal tahun 2000 dan terus berkembang hingga sekarang dengan beragam bentuknya yang diminati oleh semua kalangan [12]. Media sosial adalah sebuah media *on line*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk sosial yang umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia [13].

METODE PENELITIAN

Metode penelitian laporan ini adalah deskriptif. Metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain [14]. Adapun tujuannya adalah untuk membuat deskripsi secara faktual, akurat, sistematis, dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam laporan ini adalah:

- a. Observasi Partisipan. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra [15]. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara partisipan, yaitu observasi dimana peneliti yang melakukan pengamatan terlibat dalam kehidupan subjek yang diobservasi [14].

- b. Wawancara. Wawancara adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan kepada para responden [16]. Wawancara bertujuan untuk memperoleh pengetahuan secara mendalam dan terbuka yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap 5 narasumber, yaitu Winda Yuliani (*Head of Marketing Communications* Beritabaik.id), Avitia Nurmatari (*Chief Executive Officer* Beritabaik.id), Sri Wulandari (*Founder of Act Mental*), Thatha Anita (Pembaca Beritabaik.id dan Penonton Instagram *Live* Bicara Baik bersama Komunitas Act Mental) dan Charlene Carissa Pembaca Beritabaik.id dan Penonton Instagram *Live* Bicara Baik bersama Komunitas Act Mental). Peneliti memilih kelima informan tersebut atas dasar keterlibatan langsung informan dalam program Bicara Baik bersama Komunitas Act Mental.
- c. Studi Pustaka. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan fenomena yang diteliti [17]. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi pustaka terhadap buku, literatur, dan laporan sejenis yang berhubungan dengan penggunaan fitur *live streaming* pada media sosial, khususnya pada media sosial Instagram.

HASIL DAN DISKUSI

Instagram *Live* Bicara Baik

Public Relations merupakan penggabungan dari dua kata, yaitu *public* dan *relations*. Mengacu pada The British Institute of Public Relations, *Public Relations* adalah aktifitas pengelolaan komunikasi dalam memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara suatu lembaga atau organisasi dengan publiknya [18]. Pada implementasinya di Beritabaik.id, tidak terdapat divisi *Public Relations* yang khusus menjalankan aktifitas *Public Relations*. Melainkan divisi *Marketing Communications* yang menjalankan fungsi *Public Relations* untuk dapat menumbuhkan, mengembangkan hubungan baik antara organisasi perusahaan dengan publiknya baik internal maupun eksternal. Terkhusus untuk membina hubungan baik dengan publik eksternal yang merupakan para pembaca dan calon pembaca Beritabaik.id, Divisi *Marketing Communications* mengadakan sebuah kegiatan berkelanjutan yang melibatkan berbagai pihak terutama komunitas, yaitu Bicara Baik. Bicara Baik merupakan upaya dari Beritabaik.id yang telah dilaksanakan sejak Februari 2021 untuk membagikan informasi dan mempengaruhi khalayak dengan hal-hal positif sehingga tercipta keterikatan (*engagement*) antara pembaca dan calon pembaca dengan Beritabaik.id.

Dalam implementasi Bicara Baik, Divisi *Marketing Communications* Beritabaik.id menerapkan konsep *Public Relations* Digital, dimana divisi ini menggunakan perkembangan teknologi, khususnya media sosial sebagai metode untuk dapat membina hubungan baik dengan publik eksternal yang merupakan para pembaca maupun calon pembaca, hingga meningkatkan *brand reputation* dari Beritabaik.id. Penggunaan konsep *Public Relations* Digital ini sendiri tidak dapat dipungkiri bersumber dari beberapa referensi hingga studi kasus *Head of Corporate Communications* PT Astra International Tbk Boy Kelana Soebroto yang mengatakan bahwa aktivitas *Public Relations* Digital dianggap lebih atraktif, interaktif, efektif, efisien, dan terukur bagi *brand* dalam menyampaikan pesannya kepada publik [19]. Media sosial yang digunakan oleh Divisi *Marketing Communications* dalam Bicara Baik adalah media sosial Instagram. Sedangkan fitur yang digunakan adalah Instagram *Live*. Dengan berbentuk *talkshow* interaktif antara *host* dan narasumber, Bicara Baik dilaksanakan satu hingga dua kali setiap bulan pada hari Kamis pukul 16.00-17.00. Pemilihan hari Kamis pukul 16.00-17.00 didasarkan atas jumlah tertinggi pengikut aktif Instagram Beritabaik.id. Maka, diharapkan tingkat partisipasi pengikut Beritabaik.id menyentuh angka yang tinggi pada Instagram *Live* Bicara Baik.

Bicara Baik selalu berusaha untuk menyajikan topik perbincangan yang sedang diperbincangkan masyarakat. Divisi *Marketing Communications* Beritabaik.id juga selalu berusaha untuk mengundang narasumber yang ahli dalam tema tersebut agar pesan tersampaikan dengan baik dan relevan. Sehingga, Divisi *Marketing Communications* Beritabaik.id menghadirkan tontonan berkualitas yang berusaha untuk mempengaruhi penonton secara positif.

Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental

Pada Bulan Juli 2021, Beritabaik.id berhasil mengadakan dua Bicara Baik Instagram *Live* bersama Komunitas Act Mental. Kedua episode ini dilaksanakan atas dasar peningkatan secara drastis

penyebaran Covid-19 di Indonesia, sehingga pemerintah menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang mengharuskan masyarakat Indonesia untuk kembali berdiam dirumah. Padahal sebelum peningkatan ini terjadi, telah banyak isu yang beredar bahwa Indonesia telah siap beradaptasi dengan melakukan kegiatan seperti biasa, namun dengan menerapkan protokol kesehatan secara ketat. Perubahan yang terkesan sangat tiba-tiba, tidak dapat dipungkiri mengakibatkan kecemasan hingga *stress* pada masyarakat Indonesia seperti pada awal masuknya Covid-19 ke Indonesia. Tentunya hal ini dapat mengakibatkan gangguan kesehatan mental, hingga membahayakan keselamatan nyawa seseorang ketika tidak mendapatkan pertolongan *professional* mental.

Terlebih lagi, menurut Psikolog Sri Wulandari selaku *Founder* Komunitas Act Mental, masih banyak Masyarakat Indonesia yang mengalami gangguan mental, namun tidak mau meminta pertolongan *professional* mental selama pandemi ini. Mereka menganggap hal tersebut sebagai sebuah aib. Sehingga kecenderungan Masyarakat Indonesia untuk mengakhiri hidup akibat gangguan mental selama pandemi ini cukup tinggi.

Didukung juga dengan data dari swaperiksa yang dihimpun Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) dari Bulan April – Agustus 2020, terdapat 3.443 orang yang melakukan swaperiksa mengeluhkan masalah psikologis. Sekitar 47,9% di antaranya memperlihatkan gejala kecemasan, diikuti 36,1% menunjukkan gejala depresi dan 16% lainnya menyampaikan permasalahan trauma psikologis. Bahkan, keseluruhan responden yang menunjukkan gejala depresi, 49% di antaranya berpikir tentang kematian atau melukai diri sendiri. (Instalasi Promosi Kesehatan dan Pemasaran, 2020).

Dengan penjabaran alasan tersebut, Divisi *Marketing Communications* Beritabaik.id menghubungi *Chief Literacy Officer* yaitu Psikolog Kadek Widya Gunawan untuk mengadakan Instagram *Live* Bicara Baik #6 pada 6 Juli 2021 pukul 16.00-17.00 WIB dengan tema Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja. Kemudian, menghubungi *Founder* Act Mental yaitu Psikolog Sri Wulandari untuk mengadakan Instagram *Live* Bicara Baik #7 pada 22 Juli 2021 pukul 16.00-17.00 WIB dengan tema Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan.



Gambar 4
Instagram *Live* dengan Komunitas Act Mental
(Sumber: Data Penelitian, 2021)

Partisipasi Pengikut Beritabaik.id dalam Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental

Partisipasi adalah keterlibatan seseorang dalam suatu kegiatan. Sehingga dalam konteks Bicara Baik Instagram *Live*, partisipasi adalah keterlibatan seseorang dalam kegiatan Bicara Baik Instagram *Live* [20]. Partisipasi pengikut Beritabaik.id dalam kegiatan Bicara Baik Instagram *Live* tidak dapat dipisahkan dengan aksi komunikasi yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan. Maka dari itu, sebelum menelaah lebih lanjut mengenai partisipasi pengikut Beritabaik.id dalam Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental, penulis akan mencoba menjabarkan aksi komunikasi yang dilakukan oleh Beritabaik.id dalam mempromosikan acara Instagram *Live* Bicara Baik dengan komunitas Act Mental untuk dapat mengajak pengikut Beritabaik.id berpartisipasi.

Pertama, Beritabaik.id menggunakan fitur Instagram *Stories* untuk mengunggah poster promosi Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental.

Tabel 1
Jadwal Unggahan dan *Insights* Poster Promosi pada Instagram *Stories*

	<i>Posted Date</i>	<i>Posted Time</i>	<i>Reached</i> (akun yang melihat unggahan)
Bicara Baik #6 : Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja	- 2 Juli 2021	- 14.00 WIB	- 103 <i>reached</i>
	- 3 Juli 2021	- 15.00 WIB	- 117 <i>reached</i>
Bicara Baik #7 : Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan	- 16 Juli 2021	- 16.00 WIB	- 267 <i>reached</i>
	- 18 Juli 2021	- 16.00 WIB	- 168 <i>reached</i>
	- 20 Juli 2021		- 196 <i>reached</i>

Kedua, Beritabaik.id menggunakan fitur Instagram *Feeds*.

Tabel 2
Jadwal Unggahan dan *Insights* Poster Promosi pada Instagram *Feeds*

	<i>Posted Date</i>	<i>Reached</i> (akun yang melihat unggahan)
Bicara Baik #6 : Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja	- 2 Juli 2021	- 517 <i>reached</i>
Bicara Baik #7: Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan	- 16 Juli 2021	- 682 <i>reached</i>

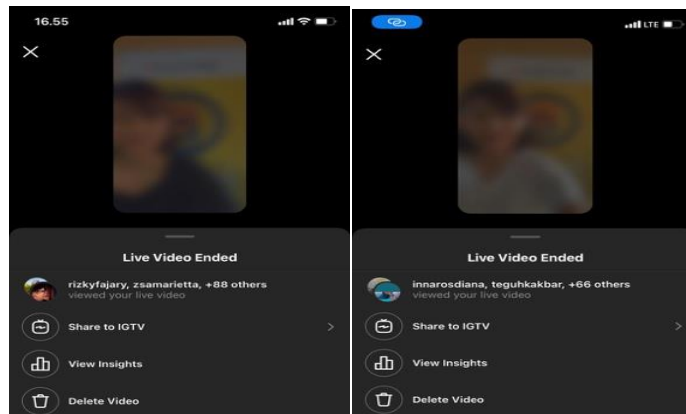
Ketiga, Beritabaik.id mengunggah poster promosi Instagram *Live* Bicara Baik dengan menggunakan fitur *countdown* pada Instagram *Stories*. Berdasarkan business.instagram.com (2020), menggunakan fitur *countdown* sebelum memulai Instagram *Live* merupakan salah satu tips yang dapat dilakukan untuk dapat memberitahu pengikut. Selain itu, fitur ini juga menyediakan tombol *reminder* untuk mempermudah pengikut apabila ingin diingatkan oleh Instagram terkait kegiatan Instagram *Live* tersebut. Namun, tidak terdapat pengguna yang menekan tombol *reminder* pada *countdown* poster promosi Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental.

Tabel 3
Jadwal Unggahan dan *Insights* Poster Promosi pada Instagram *Stories* dengan Menggunakan fitur *Countdown*

	<i>Posted Date</i>	<i>Posted Time</i>	<i>Reached</i> (akun yang melihat unggahan)
Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja	- 5 Juli 2021	- 12.00 WIB	- 113 <i>reached</i>
	- 6 Juli 2021	- 11.00 WIB	- 95 <i>reached</i>
Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan	- 22 Juli 2021	- 12.00 WIB	- 105 <i>reached</i>

Meskipun Beritabaik.id telah melakukan aksi komunikasi dengan memanfaatkan berbagai fitur untuk dapat memberikan informasi terkait Instagram *Live* Bicara Baik. Pada pelaksanaannya, penonton

Instagram *Live* Bicara Baik dengan komunitas Act Mental masih tergolong sangat sedikit. Pada Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja 6 Juli 2021, jumlah penonton hanya menyentuh angka 88 penonton. Apabila dilihat dari jumlah pengikut Beritabaik.id yang telah menyentuh 17.800 pengikut, 88 penonton hanya 0,5% dari 17.800. Tidak jauh berbeda dengan Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja, Instagram *Live* Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan 22 Juli 2021 juga mendapatkan jumlah penonton yang sangat sedikit. Bahkan, jumlah penonton Instagram *Live* Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan lebih sedikit dari Instagram *Live* Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja yaitu 66 penonton, yang merupakan 0,4% dari 17.800 pengikut Beritabaik.id.



Gambar 5
Jumlah Penonton Instagram *Live* dengan Komunitas Act Mental
(Sumber: Data Penelitian, 2021)

Winda Yuliani selaku *Head of Marketing Communications* Beritabaik.id menyampaikan bahwa hal ini sedang dikaji lebih lanjut oleh tim sosial media Beritabaik.id. Hal ini dikarenakan, Divisi *Marketing Communications* Beritabaik.id telah merasa maksimal dalam melakukan aksi dan komunikasi, pemilihan narasumber yang kompeten, hingga tema pembicaraan yang sedang diperbincangkan masyarakat. Namun dugaan sementara tim *Marketing Communications* akan hal ini adalah karena pengikut Beritabaik.id yang pasif dalam berinteraksi dengan akun Beritabaik.id itu sendiri. Kemudian, selama Instagram *Live* dengan Komunitas Act Mental, penulis yang merupakan penonton juga merasa bahwa mayoritas penonton berpartisipasi secara pasif dengan tidak melontarkan pertanyaan kepada narasumber. Pada Instagram *Live* Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja hanya terdapat 3 pertanyaan. Sedangkan pada Instagram *Live* Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan hanya terdapat 7 pertanyaan.

Meskipun begitu, pada dasarnya Divisi *Marketing Communications* telah mencoba menyediakan waktu bagi para penonton Instagram *Live* dengan Komunitas Act Mental untuk melontarkan komentar atau pertanyaan di 15 menit terakhir Instagram *Live*. Bahkan, *host* yang merupakan *Head of Marketing Communications* Beritabaik.id juga telah menghimbau penonton untuk berkomentar maupun bertanya secara langsung melalui fitur komentar pada Instagram *Live* dan seluruh komentar akan ditanggapi pada 15 menit terakhir Instagram *Live* dengan Komunitas Act Mental.

Menurut Winda Yuliani, Hal ini mungkin terjadi karena penonton sudah merasa tercukupi dengan informasi yang disampaikan oleh narasumber. Atau mungkin ada beberapa penonton yang tidak nyaman bertanya di khalayak umum mengenai kesehatan mental. Namun, beliau tetap merasa tujuan utama Instagram *Live* Bicara Baik telah tersampaikan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan informasi dan himbauan yang beliau sampaikan kepada para penonton yang mungkin tidak nyaman menceritakan kesehatan mentalnya di depan khalayak umum untuk menghubungi para psikolog secara personal. Meskipun, partisipasi penonton dalam Instagram *Live* Bicara Baik merupakan partisipasi yang pasif.

Interaktivitas dalam Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental

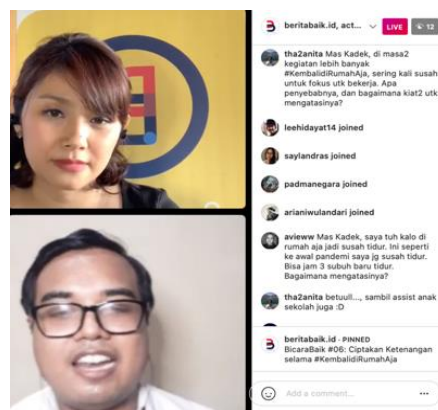
Dalam komunikasi, Williams mendefinisikan interaktivitas sebagai derajat dimana partisipan dalam suatu proses komunikasi saling mengontrol dan bertukar peran dalam perbincangan suatu wacana [21]. Sesuai dengan teknologi, interaktivitas didefinisikan sebagai potensi yang dimiliki oleh pengguna atau user untuk menjadi sumber atau penerima dari isi atau konten interaksi [21]. Sedangkan ditinjau dalam media sosial, interaktivitas lebih cenderung kepada fitur yang memungkinkan seseorang untuk

mengambil bagian dari komunikasi kelompok. Media sosial memiliki peluang yang tinggi dalam menciptakan interaktivitas yang bersifat langsung, sehingga memungkinkan untuk mempengaruhi khalayak secara cepat dalam merubah persepsi, pengetahuan, sikap, bahkan perilaku.

Dalam media sosial Instagram, salah satu fitur yang dapat menciptakan interaktivitas secara langsung sehingga dapat mempengaruhi khalayak secara langsung adalah fitur Instagram *Live*. Fitur ini merupakan fitur yang memungkinkan interaktivitas *user to user*, dimana karakteristik komunikasi antar penonton dengan *host* memiliki format “kiriman dan respon” melalui kolom komentar. Dengan memanfaatkan kolom komentar dalam Instagram *Live*, Interaktivitas *user to user* dapat terbangun secara langsung. Sehingga, penonton Instagram *Live* dapat mengutarakan komentar kepada pengguna yang sedang melakukan Instagram *Live*. Namun untuk dapat terciptanya sebuah interaktivitas, maka pengguna yang sedang melakukan Instagram *Live* dituntut untuk menanggapi komentar dari orang tersebut.

Dalam Instagram *Live* Bicara Baik bersama Komunitas Act Mental, tim *Marketing Communications* Beritabaik.id telah merancang acara sedemikian rupa untuk membangun interaktivitas secara langsung dengan para penonton menggunakan fitur komentar. Hal ini dilakukan oleh tim *Marketing Communications* dengan menyediakan 15 menit waktu di akhir acara kepada para penonton untuk bertanya secara langsung melalui fitur komentar kepada narasumber. Tidak berhenti disitu saja, penonton juga dapat menanggapi jawaban yang telah disampaikan oleh narasumber. Bahkan, penonton juga dapat mengomentari pernyataan-pernyataan yang telah disampaikan oleh narasumber. Menurut observasi penulis, ketentuan-ketentuan ini telah disampaikan oleh *host* Winda Yuliani dengan baik pada awal berlangsungnya Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental.

Pada saat berlangsungnya Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja, terdapat 3 pertanyaan dari para penonton, yaitu dari akun Instagram @tha2anita, @avieww, dan @charlenecarissa. Secara observasi, penulis melihat bahwa akun Instagram yang mendukung terbangunnya interaktivitas berkelanjutan pada saat berlangsungnya Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja adalah @tha2anita. Akun Instagram @tha2anita menyampaikan pertanyaan “Mas Kadek, di masa-masa kegiatan lebih banyak #KembalidiRumahAja, sering kali susah untuk fokus untuk bekerja. Apa penyebabnya, dan bagaimana kiat-kiat untuk mengatasinya?”. Pertanyaan ini ditanggapi oleh Psikolog Kadek Widya Gunawan dengan jawaban “Untuk dapat mengatasi susah fokus selama kembali di rumah aja, Mbak Thatha dapat menjadwalkan rutinitas seperti di luar rumah, hingga berkomunikasi dengan semua orang yang “mungkin” dapat mengganggu konsentrasi Mbak Thatha ya. Misalnya, Mbak Thatha merasa terganggu dengan anak yang mengajak main selama Mbak Thatha kerja, mohon diberikan pengertian kepada anak kalau Mbak Thatha sedang kerja. Bermain peran seperti ibu guru dan anak murid juga boleh Mbak Thatha terapkan. Selain itu, saran saya Mbak Thatha juga dapat membuat ruang kerja khusus yang dapat memberikan kenyamanan”. Mendengar jawaban dari Psikolog Kadek Widya Gunawan, akun Instagram @tha2anita kembali menanggapi “Betul sekali Mas Kadek, saya sambil *assist* anak-anak sekolah juga. Sehingga susah untuk fokus. Thank you Mas Kadek sarannya, saya akan coba bermain peran dengan anak-anak”. Hal ini kemudian ditanggapi kembali oleh Psikolog Kadek Widya Gunawan “Good luck Mbak Thatha dalam menjaga fokus selama kembali di rumah aja. Semoga saran saya dapat membantu.”



Gambar 6
Interaktivitas pada Instagram Live BicaraBaik #6
(Sumber: Data Penelitian, 2021)

Tidak berbeda dari Instagram *Live* *Bicara Baik* Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja, pada episode Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan juga terdapat beberapa pertanyaan dan tanggapan dari para penonton. Dengan total 7 pertanyaan dari akun Instagram @oris_riswan12, @avieww, @rindyhapsari, @asiaayara, @mirandashfra, @vanjouhannes, @tha2anita. Secara observasi, penulis melihat bahwa akun Instagram yang mendukung terbangunnya interaktivitas berkelanjutan pada saat berlangsungnya Instagram *Live* *Bicara Baik* Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan adalah @vanjouhannes. Akun Instagram @vanjouhannes menyampaikan pertanyaan “Hai Kak Wulan, boleh tolong jelaskan pentingnya "VULNERABILITY & FRAGILITY" untuk lebih mengenal diri kita sendiri. Apakah Kak Wulan setuju?”. Pertanyaan ini ditanggapi oleh Psikolog Sri Wulandari dengan jawaban “Yes aku setuju, yang perlu kita ketahui bahwa setiap manusia pasti ada kelebihan dan kekurangannya. Namun, yang perlu kita *highlight* disini adalah bagaimana kita memaksimalkan potensi yang ada pada diri kita dan mencoba secara perlahan-lahan mengatasi kekurangan yang ada pada diri kita. Tentunya, *don't be too hard on yourself, but trust yourself to progress* ya.” Mendengar jawaban dari Psikolog Sri Wulandari, akun Instagram @vanjouhannes kembali menanggapi “Thank you Kak Wulan dan Kak Winda”. Hal ini kemudian ditanggapi kembali oleh Psikolog Sri Wulandari “Sama-sama Mas Van, semoga, *each one of us* terus bersemangat dalam memaksimalkan potensi yang ada pada diri kita serta meminimalisir kekurangan untuk menjadi pribadi yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain ya.”



Gambar 7
Interaktivitas pada Instagram Live BicaraBaik #7
(Sumber: Data Penelitian, 2021)

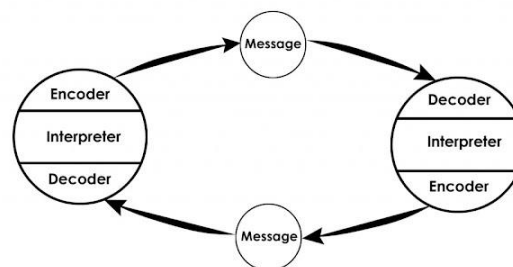
Berdasarkan observasi penulis, interaktivitas telah terbangun dengan baik dalam Instagram *Live* *Bicara Baik* dengan Komunitas Act Mental. Hal ini dibuktikan dengan pertanyaan dan komentar dari penonton yang ditanggapi dengan baik oleh narasumber. Selain itu, *host* Winda Yuliani yang memfasilitasi berlangsungnya Instagram *Live* *Bicara Baik* dengan Komunitas Act Mental juga berperan dalam membangun interaktivitas yang baik antara narasumber dengan penonton. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan *host* Winda Yuliani yang mempersilahkan penonton untuk bertanya atau berkomentar pada kolom komentar untuk secara langsung dijawab oleh narasumber pada 15 menit terakhir sebelum berakhirnya acara.

Menyetujui hal ini, Thatha Anita yang merupakan pembaca Beritabaik.id dan penonton Instagram *Live* *Bicara Baik* dengan Komunitas Act Mental menyatakan bahwa Interaktivitas yang terbangun antara *host*, penonton, dan narasumber telah berlangsung dengan baik. Komunikasi berlangsung dua arah, sehingga penonton merasa diikutsertakan dalam percakapan tersebut.

Menyinggung tentang komunikasi dua arah yang telah disampaikan Thatha Anita, penulis dapat menyimpulkan bahwa pola komunikasi yang terbangun dalam Instagram *Live* *Bicara Baik* dengan Komunitas Act Mental adalah pola komunikasi sirkular. Osgood dan Scharmm menjelaskan bahwa pola komunikasi sirkular adalah proses pengiriman pesan yang simultan atau terus-menerus dimana setiap pengiriman pesan didapat reaksi atau aksi oleh komunikannya sebagai *feedback* [22]. Sehingga, proses komunikasi tidak berawal dari satu titik dan berakhir pada titik yang lain, tetapi pola komunikasi ini berjalan dengan berputar sehingga terdapat *feedback* atau umpan balik secara langsung dari komunikan (penonton) kepada komunikator (narasumber). Hal ini sangat terbukti dari percakapan antara narasumber dan penonton Instagram *Live* *Bicara Baik* yang telah terjabarkan di atas.

Melengkapi pernyataan Osgood dan Scharmm, Djamarah menjelaskan bahwa pola komunikasi sirkular adalah pola komunikasi yang kompleks dimana terdapat banyak unsur yang mendukung dan saling terkait untuk mewujudkannya pesan sampai dan dimengerti oleh komunikannya [22].

Menurut Robbins, unsur-unsur tersebut adalah *the sender, encoding, the message, the channel, the receiver, noise*, dan *feedback* [22]. Dalam Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental, *sender* adalah Psikolog Kadek Widya Gunawan dan Psikolog Sri Wulandari. Para psikolog, dalam proses *encoding* menyusun kata-kata yang disesuaikan dengan karakteristik penonton agar memiliki persepsi yang sama dengan isi pesan yang ingin disampaikan. Lalu *message*, pesan itu sendiri merupakan materi yang ingin disampaikan oleh para psikolog mengenai tema Instagram *Live* Bicara Baik. *The channel*, dalam hal ini media merupakan media sosial Instagram, terkhusus fitur Instagram *Live*. *Decoding*, kata-kata yang tersampaikan oleh *sender* berupa materi edukatif diterima oleh komunikan dan dicerna untuk dipahami. *The receiver*, adalah penonton Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental yang terdiri dari berbagai latar belakang untuk menerima pesan yang disampaikan oleh para psikolog. Sedangkan *noise* atau gangguan dapat berupa gangguan sinyal, namun penulis merasa tidak terdapat *noise* selama berlangsungnya Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental, sehingga pelaksanaan acara berjalan dengan baik. *Feedback*, reaksi atau tanggapan yang diberikan oleh penonton berupa komentar dan pertanyaan pada kolom komentar. Unsur ini merupakan hal yang paling penting, dimana tujuan akhir dari mempengaruhi khalayak dengan hal-hal positif dalam konteks kesehatan mental.



Gambar 8 Pola Komunikasi Sirkular
(Sumber: [23])

Isi Pesan yang Tersampaikan dalam Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan seseorang dalam bentuk simbol baik verbal maupun non verbal yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dengan serangkaian makna [24]. Dalam Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental, pesan yang tersampaikan berbentuk verbal dari para narasumber dan bersifat edukatif. Menyetujui hal ini, Thatha Anita yang merupakan pembaca Beritabaik.id dan penonton Instagram *Live* Bicara Baik menyorot beberapa poin penting dari isi pesan yang tersampaikan pada Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja. Menurutnya pada Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja, Psikolog Kadek Widya Gunawan mencoba untuk menjabarkan cara menghindari *stress* atau kecemasan selama #KembalidirumahAja, ciri seseorang yang terkena *stress* atau kecemasan selama #KembalidirumahAja, hingga cara mengatasi *stress* atau kecemasan selama #KembalidirumahAja.

Secara lebih komprehensif, penulis yang juga merupakan penonton Instagram *Live* Bicara Baik telah mencatat isi pesan yang tersampaikan pada Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja. Mengenai cara menghindari *stress* dan kecemasan selama kembali berdiam di rumah, Psikolog Kadek Widya Gunawan membagikan empat *tips* khusus. Pertama, psikolog Kadek Widya Gunawan menghimbau penonton untuk memiliki rutinitas ketika kembali beraktivitas di rumah. Menurutnya, dengan memiliki rutinitas yang teratur akan meringankan beban mental seseorang ketika dipaksa untuk kembali berdiam di rumah. Kedua, Psikolog Kadek Widya Gunawan menghimbau penonton untuk terfokus pada semua hal yang bisa dikendalikan oleh diri sendiri. Menurutnya, memikirkan hal-hal yang tidak dapat kita kendalikan hanya dapat membuat mental kita terkuras selama kembali berdiam di rumah. Ketiga, Psikolog Kadek Widya Gunawan menghimbau penonton untuk menyamakan waktu beraktivitas di luar rumah dengan di rumah. Menurutnya, hal ini sangat efektif dalam meminimalisir panik dan *stress* yang akan terjadi selama kembali berdiam di rumah. Terakhir, Psikolog Kadek Widya Gunawan menghimbau penonton untuk aktif secara fisik selama kembali

berdiam di rumah. Menurutnya, aktif secara fisik seperti berolahraga dapat membantu mengurangi hormon *stress* dan melepaskan hormon bahagia. Selanjutnya, seperti yang telah disebutkan oleh Thatha Annisa, Psikolog Kadek Widya Gunawan juga menjabarkan ciri seseorang yang mengidap gangguan *stress* atau kecemasan. Menurutnya, orang yang mengidap gangguan *stress* atau panik akan terus menerus memikirkan hal-hal negatif. Sehingga, beliau menghimbau penonton untuk lebih terfokus akan hal-hal positif yang dapat diperoleh selama kembali di rumah aja.

Terakhir, Psikolog Kadek Widya Gunawan membagikan enam *tips* khusus dalam mengatasi gangguan panik. Pertama, Psikolog Kadek Widya Gunawan menekankan kepada penonton untuk meyakini bahwa gangguan panik tidak akan berlangsung lama. Kedua, Psikolog Kadek Widya Gunawan menghimbau untuk mengatur nafas dengan lebih lambat dan lebih dalam. Ketiga, salah satu *tips* yang menurutnya sangat ampuh adalah dengan menyelimuti diri. Pada umumnya, menyelimuti diri akan membantu seseorang untuk merasakan ketenangan yang mendalam. Keempat, Psikolog Kadek Widya Gunawan menghimbau penonton untuk meraba permukaan yang lembut untuk membuat seseorang yang terserang panik merasa nyaman. Kelima, meminum segelas air untuk menenangkan. Keenam, Psikolog Kadek Widya Gunawan menghimbau untuk menghirup aroma yang cukup kuat atau menggenggam tangan secara kuat. Hal ini dilakukan untuk menyadarkan seseorang yang terkena serangan panik dari halusinasinya. Pada umumnya, orang yang terkena serangan panik akan masuk ke dunia halusinasi di dalam pikirannya. Sehingga orang yang terkena serangan panik harus segera menyadarkan dirinya dengan menghirup aroma yang cukup kuat atau menggenggam tangan secara kuat.

Tidak berbeda dengan Instagram *Live* Bicara Baik Ciptakan Ketenangan Selama #KembalidirumahAja, Menurut Charlene Carissa yang merupakan pembaca Beritabaik.id dan penonton Instagram *Live* Bicara Baik, narasumber Instagram *Live* Bicara Baik Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan juga menyampaikan pesan edukatif secara verbal. Ia menyorot tiga pembahasan utama pada Instagram *Live* Bicara Baik ini, yaitu ciri-ciri seseorang yang membutuhkan pertolongan *professional*, langkah-langkah untuk menenangkan diri sendiri dan orang lain yang mengalami gangguan mental, hingga penjabaran mental yang sehat itu seperti apa.

Menyetujui pernyataan dari Charlene Carissa, secara lebih komprehensif penulis yang juga merupakan penonton Instagram *Live* Bicara Baik telah mencatat isi pesan yang tersampaikan pada Instagram *Live* Kenali Diri Kenali Kapan Kamu Membutuhkan Pertolongan. Mengenai ciri-ciri seseorang yang membutuhkan pertolongan *professional*. Psikolog Sri Wulandari menyebutkan terdapat empat kategori yang harus diperhatikan. Pertama, kategori kognitif atau berpikir. Dalam kategori ini, seseorang yang membutuhkan pertolongan *professional* dapat dilihat dari tingkat konsentrasi yang mudah terganggu, mudah lupa, *paranoid*, hingga cemas berlebih. Kedua, kategori afektif atau perasaan. Dalam kategori ini, seseorang yang membutuhkan pertolongan *professional* dapat dilihat dari perasaan sedih yang berkepanjangan hingga perubahan emosi yang terkesan drastis dalam waktu sangat cepat. Ketiga, kategori konatif atau perilaku. Dalam kategori ini, seseorang yang membutuhkan pertolongan *professional* dapat mengalami jadwal tidur yang sangat berubah-ubah, susah mengonsumsi makanan, menarik diri, keinginan menyakiti diri atau orang lain, hingga perbuatan yang sangat berbahaya yaitu melakukan bunuh diri.

Mengenai langkah-langkah untuk menenangkan diri sendiri dan orang lain yang mengalami gangguan mental, Psikolog Sri Wulandari menjabarkan empat langkah utama yang dapat penonton lakukan. Pertama, menilai atau melihat. Dengan melakukan penilaian atau penglihatan, penonton dapat mengamati perubahan tingkah laku yang dialami akibat gangguan kesehatan mental. Kedua, mendengar. Dengan mendengar, penonton dapat mendengarkan curahan hati orang yang terkena gangguan kesehatan mental. Menurutnya, ada beberapa orang yang merasa lebih tenang ketika didengarkan pada saat mengalami gangguan kesehatan mental. Ketiga, menginformasikan atau menenangkan. Dengan menginformasikan atau menenangkan, penonton dapat mengatakan bahwa penonton “ada” untuk orang tersebut, mengutarakan kalimat-kalimat positif, hingga mengatakan bahwa orang tersebut akan baik-baik saja. Penggunaan media sosial untuk berkomunikasi dengan publik, sebaiknya berjenis informasi yang diklasifikasikan dengan jelas bagi sasaran khalayak[25]. Langkah langkah tersebut terbukti dapat menenangkan diri sendiri dan orang lain yang mengalami gangguan mental. Namun, apabila kondisi orang tersebut semakin parah, penonton berhak untuk menganjurkan orang tersebut untuk pergi ke *professional* mental dalam mendapatkan bantuan.

Terakhir, Psikolog Sri Wulandari menutup Instagram *Live* dengan menyampaikan ciri-ciri kondisi mental yang sehat menurut *World Health Organization (WHO)*. Pertama, orang dengan mental yang sehat menyadari akan kemampuan dan batas dirinya. Kedua, orang dengan mental yang sehat melakukan pekerjaan secara produktif dengan berbagai standar. Ketiga, orang dengan mental yang sehat memiliki

coping mechanism yang baik dalam mengatasi permasalahan sehari-hari. Keempat, orang dengan mental yang sehat berkontribusi dan peduli terhadap lingkungan. Sehingga Psikolog Sri Wulandari menyimpulkan bahwa mental yang sehat tidak hanya bergantung kepada diri sendiri, tapi juga dilihat dari kepedulian terhadap lingkungan sekitar.

Berdasarkan penjabaran pesan edukatif yang dilakukan oleh Psikolog Kadek Widya Gunawan dan Psikolog Sri Wulandari. Penulis merasa kedua Psikolog tersebut telah memiliki kemampuan dalam mengelola dan menyusun pesan yang efektif. Hal ini didasarkan atas indikator pengelolaan dan penyusunan pesan yang efektif [24]. Penulis merasa bahwa kedua Psikolog telah dapat menyampaikan secara terstruktur dan sistematis kepada para penonton dalam menjelaskan tema yang disampaikan. Kemudian, selayaknya seorang psikolog. Kedua psikolog tersebut telah mampu menyampaikan pesan dengan mengemukakan argumentasi secara logis berdasarkan fakta dan pendapat yang terjadi di lapangan dunia kesehatan mental. Selain itu dalam menjelaskan pesan yang ingin disampaikan, penulis juga melihat bahwa kedua Psikolog tersebut memiliki kemampuan dalam mengatur intonasi bahasa dengan menggunakan penekanan pada beberapa poin penting dan menggunakan gerakan tangan untuk menjelaskan pesan yang ingin disampaikan kepada para penonton. Sehingga dalam berkomunikasi, kedua psikolog tersebut terlihat sangat luwes dalam menyampaikan pesan.

Menyetujui pendapat penulis, Thatha Anita menyampaikan bahwa Psikolog Kadek Widya Gunawan memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara terstruktur dengan baik. Tidak hanya itu, pesan yang tersampaikan juga dikemas dengan sangat baik dan tidak menggunakan istilah-istilah yang tidak dapat dimengerti penonton. Melalui pemanfaatan *platform* media digital dapat mewujudkan layanan komunikasi dan informasi yang efektif dan berkualitas[26]. Melengkapi pernyataan Thatha Anita, Charlene Carrisa mengungkapkan bahwa kedua psikolog juga terlihat sangat menikmati proses pembagian pesan. Hal ini dibuktikan dengan komunikasi non verbal yang mereka tunjukkan seperti tersenyum dan tertawa. Sehingga, Charlene Annisa merasa seperti berbincang-bincang dengan teman sebaya melalui *video call*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis menyimpulkan bahwa partisipasi dalam Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental masih tergolong sangat rendah. Dari dua episode yang merupakan kolaborasi Beritabaik.id dan komunitas Act Mental, hanya terdapat 0,4-0,5% pengikut Beritabaik.id yang berpartisipasi dalam Instagram *Live* Bicara Baik. Selain itu, bentuk partisipasi mayoritas para partisipan bersifat pasif. Sehingga tidak terjadi banyak interaksi antara *host*, narasumber, dan penonton.

Kemudian Interaksi, penulis melihat bahwa interaksi telah terbangun pada Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental. Hal ini dibuktikan dengan adanya komentar dan pertanyaan yang diberikan oleh penonton lalu ditanggapi oleh narasumber. Meskipun begitu, interaksi yang terbangun masih sangat minim. Dari Instagram *Live* Bicara Baik #6 hanya terdapat 3 komentar yang dapat ditanggapi oleh narasumber. Sedangkan dari Instagram *Live* Bicara Baik #7 hanya terdapat 7 komentar yang dapat ditanggapi oleh narasumber. Tetapi, penulis yang merupakan penonton Instagram *Live* Bicara Baik #6 & #7 dapat menyatakan bahwa pola komunikasi yang terjalin pada Instagram *Live* Bicara Baik #6 & #7 adalah pola komunikasi sirkular. Hal ini dikarenakan dari setiap komunikasi yang terbangun, tidak hanya berhenti di penonton saja. Melainkan, penonton mengirimkan kembali pesan atau melakukan komunikasi timbal balik dua arah kepada narasumber. Sedangkan isi pesan, penulis dapat menyimpulkan bahwa isi pesan yang tersampaikan pada Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental bersesuaian dengan tema yang diusung. Para penonton yang menyimak Instagram *Live* #6 dan #7 mengetahui secara jelas poin-poin penting bersifat edukatif yang disampaikan oleh narasumber dari kedua episode Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental. Hal ini membuktikan bahwa narasumber selaku komunikator telah dapat menyampaikan pesan secara efektif. Bahkan, indikator-indikator efektifitas dalam penyampaian pesan juga telah terpenuhi pada Instagram *Live* Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental.

REKOMENDASI

Terkait beberapa kendala yang terjadi dalam penggunaan Instagram *Live* pada program Bicara Baik dengan Komunitas Act Mental, penulis menyarankan Beritabaik.id untuk menyesuaikan *insights* Instagram Beritabaik.id dengan waktu pelaksanaan Bicara Baik agar partisipasi pengikut Beritabaik.id meningkat. Selain itu, penting bagi Beritabaik.id untuk terus menyajikan Instagram *Live* Bicara Baik dengan narasumber dan topik pembahasan yang sedang diperbincangkan masyarakat. Kemudian, untuk dapat meningkatkan interaktivitas pada saat berlangsungnya acara, *host* Instagram *Live* Bicara Baik juga dapat terus menghimbau penonton untuk berkomentar atau bertanya pada kolom komentar. Beritabaik.id juga dapat bereksplorasi dengan memanfaatkan media sosial lainnya yang memiliki fitur *live video* seperti TikTok dalam pengadaan Bicara Baik. Terlebih lagi, akun TikTok Beritabaik.id yang sedang berkembang pesat dapat dijadikan pertimbangan dalam pengadaan Bicara Baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. N. Ratriyana, "Evolusi Identitas Brand Di Tengah Arus Globalisasi," *Scriptura*, vol. 6, no. 1, hal. 14–20, 2016, doi: 10.9744/scriptura.6.1.14-20.
- [2] T. Taufik dan E. A. Ayuningtyas, "Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online," *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 22, no. 01, hal. 21, 2020, doi: 10.33370/jpw.v22i01.389.
- [3] A. J. Satyadewi, H. Hafiar, dan A. R. Nugraha, "Pemilihan akun media sosial instagram oleh Holiday Inn Bandung," *J. Massenger*, vol. 9, no. April, hal. 153–162, 2017.
- [4] S. Susilowati, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)," *J. Komun.*, vol. 9, no. 2, hal. 176–185, 2018, doi: 10.31294/JKOM.V9I2.4319.
- [5] C. Newberry dan S. Dawley, "The 5 Most Important Social Media Trends to Watch for in 2021," *Hootsuite*, 2020. <https://blog.hootsuite.com/social-media-trends/%0A%0A>.
- [6] O. L. Haimson dan J. C. Tang, "What makes live events engaging on Facebook Live, Periscope, and Snapchat," *Conf. Hum. Factors Comput. Syst. - Proc.*, vol. 2017-May, hal. 48–60, 2017, doi: 10.1145/3025453.3025642.
- [7] C. K. Herbawani, Z. G. Ruthin, L. Ramadhania, A. M. N. Situmeang, dan U. Q. Karima, "Pemanfaatan Instagram Live sebagai Sarana Edukasi Kesehatan Masyarakat di masa Pandemi COVID-19," *War. LPM*, vol. 24, no. 2, hal. 196–206, 2021, doi: 10.23917/warta.v24i2.12067.
- [8] T. Tran, "How to Use Instagram Live to Grow and Engage Your Followers," *Hootsuite*, 2021. <https://blog.hootsuite.com/instagram-live-tips/> (diakses Sep 27, 2021).
- [9] K. Nurjaman dan K. Umam, *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.
- [10] Meranti dan Irwansyah, "Transformasi dan kontribusi industri 4.0 pada strategik kehumasan," *J. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 7, no. 1, hal. 27–36, 2018, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jtik/article/view/1458>.
- [11] R. Juwita, "Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat," *J. Penelit. Komun.*, vol. 20, no. 1, hal. 47–60, 2017, doi: 10.20422/jpk.v20i1.136.
- [12] D. Kurniawati, "Dampak Ketergantungan Remaja terhadap Media Sosial dan Upaya Mengantisipasi," *SIMBOLIKA*, vol. 3, no. 1, hal. 12–21, 2017.
- [13] F. Syarief, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik," *J. Komun.*, vol. 8, no. 3, hal. 262–266, 2017.
- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [15] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- [16] J. Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- [17] M. Nazir, *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- [18] R. Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- [19] R. Kartika, "ROUND UP: Meredefinisi Peran Digital PR," *PRINDONESIA.CO*, 2019. <https://www.prindonesia.co/detail/1420/Meredefinisi-Peran-Digital-PR> (diakses Sep 27, 2021).
- [20] M. Yusuf, "Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Di Gang Tanjung Kelurahan Sungai Pinang Luar Kota Samarinda," *eJournal Ilmu Pemerintah.*, vol. 7, no. 4, hal. 1849–1860, 2019, [Daring]. Tersedia pada: ejournal.ipfisip-unmul.ac.id.
- [21] A. Haq dan H. M. Syam, "Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Volume 4, Nomor 4, November 2019 www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP," *J. Ilm. Mhs. Fisip Unsyiah*, vol. 4, no. 4, hal. 1–15, 2019.
- [22] I. D. Lestari, M. C. S. K, dan M. C. Kustanti, "Pola Komunikasi Pengajar Dalam Upaya Meningkatkan

- Motivasi Peserta Didik Di Talkinc School For Public Speaking and TV Presenter Jakarta,” *J. Ilm. Kependidikan*, vol. 6, no. 1, hal. 13–24, 2019.
- [23] R. West dan L. H. Turner, *Introducing communication theory: analysis and application*, 6 ed. Washington: McGraw-Hill Humanities, 2009.
- [24] H. Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- [25] D. F. Sjoraida, R. Dewi, A. N. Adi, dan A. K. Dipa, “Penggunaan media sosial dalam membangun reputasi anggota legislatif di Jawa Barat,” *PRofesi Humas J. Ilm. Ilmu Hub. Masy.*, vol. 6, no. 1, hal. 89, 2021, doi: 10.24198/prh.v6i1.32112.
- [26] A. R. Nugraha, D. F. Sjoraida, dan E. Novianti, “Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik,” *PRofesi Humas J. Ilm. Ilmu Hub. Masy.*, vol. 6, no. 2, hal. 286, 2022, doi: 10.24198/prh.v6i2.37095.