

ANALISIS TEKNIK STORYTELLING PADA AKUN INSTAGRAM @rintiksedu DALAM MENINGKATKAN RESPON NETIZEN

Aprilia Kartini¹, Dwita Frisilia², Sri Wanti Kiding Alo³, Mariana Andini Leo⁴, Mariesa Giswandhani⁵

^{1,2,3,4,5}Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Fajar

email: apriliakartini20.ak@gmail.com

email: dfrisilia22@gmail.com

email: sriwnty33@gmail.com

email: marianaleoleo@gmail.com

email: mgiswandhani@unifa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teknik storytelling yang digunakan oleh akun Instagram @rintiksedu untuk meningkatkan keterlibatan netizen. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini berfokus pada postingan Instagram penulis dan podcaster Nadhifa Allya Tsana. Fokus penelitian pada gaya bercerita, penciptaan karakter dengan tema-tema yang relevan dan tone yang unik sehingga dapat diterima oleh audiensnya dan berkontribusi terhadap peningkatan engagement media sosialnya. Penelitian ini mengidentifikasi elemen utama penceritaan seperti pengembangan karakter, struktur plot, dan penggunaan tema yang relevan. Temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa melalui teknik storytelling Nadhifa Allya Tsana mampu terhubung dengan audiens pada tingkat emosional khususnya ketika dikombinasikan dengan visual konten yang menarik. Studi ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana teknik storytelling dapat digunakan secara efektif di platform media sosial untuk membangun pengikut setia dan mendorong keterlibatan netizen untuk berinteraksi secara bermakna.

Kata Kunci: analisis konten, storytelling, keterlibatan netizen, Instagram

PENDAHULUAN

Instagram telah mengubah cara individu mengonsumsi dan membuat konten, mendorong munculnya tokoh-tokoh berpengaruh yang dikenal sebagai "influencer". Di antaranya, Nadhifa Allya Tsana dengan akun @rintiksedu telah berhasil menjadikan dirinya sebagai penulis dan *storyteller* yang produktif dengan lebih dari 2.000 postingan di akun instagramnya.

Nadhifa Allya Tsana dikenal sebagai seorang penulis dan *storyteller* yang telah memiliki beberapa karya selain postingan di media sosial, yaitu buku, novel hingga podcast. Salah karya novelnya dengan judul KATA telah dialihwahanakan menjadi film berjudul sama pada tahun 2021.

Akun Instagram @rintiksedu memiliki jumlah pengikut 2,5 juta dimana kontennya berisi tulisan maupun video yang menggambarkan perasaan maupun pemikiran yang sering kali sesuai dengan kehidupan yang dialami kaum milenial saat ini. Kemampuannya untuk terhubung dengan pengikut melalui narasi yang dibangunnya yang memiliki kesamaan dengan pengalaman hidup para pengikutnya mampu menyentuh mereka dan mendapat banyak respon positif

Selain aktif sosial media Instagram, Nadhifa Allya Tsana juga aktif di platform lain seperti Spotify dan Youtube dalam bentuk podcast. Kini lebih dikenal dengan nama *content creator*. Seorang *content creator* pada umumnya memiliki pengetahuan tentang produksi konten, pengembangan konten, komunikasi, serta teknik dan metode penyebaran konten. *Content creator* juga harus memiliki *soft skill* dan *hard skill* untuk meningkatkan kualitas kontennya serta memiliki ciri khas baik dalam berbicara, tulisan maupun visualisasi agar menarik audiens atau netizen (Silvia, 2019).

Salah satu *soft skill* yang harus dimiliki adalah *storytelling* atau *digital storytelling* yaitu sebuah mendongeng yang menggabungkan gambar, teks, dan suara menjadi video pendek berdurasi 2 hingga 3 menit. Tujuannya adalah menyajikan cerita yang sederhana agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Daya tariknya sendiri berasal dari masyarakat yang kemudian

meninggalkan kesan yang jelas baik bagi pengarang maupun khalayak yang melihat hasil karya tersebut (Amorta et al., 2022).

Di era ini, digital *storytelling* sangat diminati terutama di kalangan generasi milenial. Oleh karena itu, platform media sosial meningkatkan fiturnya yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri baik melalui teks, foto, audio, atau bahkan video. Manfaat dari adanya *storytelling* di media sosial diantaranya adalah dapat menarik audiens serta dapat meningkatkan engagement. Apalagi jika seorang *storyteller* atau pencerita ini memiliki ciri khas tersendiri dalam bercerita.

Oleh sebab itu, penelitian dilakukan yang bertujuan untuk mempelajari teknik *storytelling* yang digunakan oleh Nadhifa Allya Tsana di Instagram dan mengukur dampaknya terhadap keterlibatan audiens atau netizen. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan pemahaman pembaca yang lebih mendalam tentang peran *storytelling* dalam membentuk komunitas online dan mempengaruhi perilaku pendengarnya.

Rumusan Masalah

Bagaimana teknik *storytelling* akun Instagram @rintiksedu dalam meningkatkan respon netizen?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik *storytelling* akun Instagram @rintiksedu dalam meningkatkan respon netizen.

Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Menjadi referensi dalam menambah pengetahuan khususnya dalam kajian Ilmu Komunikasi, dan dapat dikembangkan terutama dalam kajian Uses and Gratification yang meneliti tentang kepuasan khalayak pada penggunaan media.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi kepada masyarakat khususnya pada mahasiswa yang ingin mempelajari *storytelling* dalam konten Instagram dan mendalami penerimaan pendengarnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Storytelling dalam konteks media merupakan kajian komunikasi publik. Fokus utama terletak pada bagaimana teori-teori komunikasi dan teknik *storytelling* dapat diaplikasikan untuk menciptakan pesan yang efektif dan menarik bagi audiens.

Komunikasi publik didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada khalayak yang lebih besar. Proses ini dapat berlangsung secara langsung atau tidak langsung melalui media. Ciri khas komunikasi publik meliputi:

1. Khalayak yang luas dimana pesannya yang ditujukan kepada sejumlah besar orang.
2. Impersonalisasi dimana komunikator tidak mengenal semua anggota audiens secara pribadi.
3. Perencanaan dirancang secara matang.
4. Kontrol sumber dimana komunikator memiliki kendali atas pesan yang disampaikan.
5. Interaktivitas terbatas dan umpan balik dari audiens seringkali terbatas.
6. Sentralitas sumber yaitu komunikator memiliki akses langsung ke seluruh penerima pesan.

Berdasarkan definisi, *storytelling* adalah seni menceritakan kisah. Elemen-elemen penting dalam *storytelling* meliputi:

1. Unsur intrinsik (judul, tema, latar, alur, tokoh, konflik, dan nilai).

2. Unsur ekstrinsik (latar belakang masyarakat, pencerita, dan nilai-nilai yang terkandung).
3. Genre (narasi pribadi, cerita keluarga, cerita hantu, dongeng, legenda, fabel, dan lain-lain).

Adapun teknik *storytelling* yang efektif meliputi:

1. Penciptaan karakter: membangun karakter yang menarik dan relatable.
2. Panjang cerita: menyesuaikan panjang cerita dengan tujuan komunikasi.
3. *Foreshadowing*: memberikan petunjuk tentang apa yang akan terjadi.
4. Penentuan latar: memilih latar yang sesuai dengan cerita dan tujuan komunikasi.
5. Konflik: menciptakan konflik untuk meningkatkan ketertarikan audiens.
6. Dialog yang nyata: menggunakan dialog yang alami dan sesuai karakter.
7. Sentuhan personal: menambahkan elemen unik untuk membedakan cerita
8. Sudut pandang: memilih sudut pandang yang tepat untuk menyampaikan pesan
9. Mulai dengan kejutan: memikat perhatian audiens sejak awal.
10. Pesan yang jelas: menentukan pesan yang ingin disampaikan.
11. *Relatability*: membuat cerita relevan dengan pengalaman audiens.
12. Cara penyampaian yang tepat: menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan struktur yang jelas.

Storytelling dalam media sosial telah menjadi alat yang *powerful*, seperti digunakan untuk membangun engagement, meningkatkan brand *awareness*, membangun citra merek yang kuat dan positif dan mempengaruhi perilaku konsumen. Sementara *storytelling* dalam bentuk video dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara lebih emosional dan memikat. Adapun dalam podcast, memungkinkan pendengar untuk membayangkan cerita melalui suara.

Hubungan antara komunikasi publik dan *storytelling* yaitu dapat menjadi alat yang efektif dalam komunikasi publik. Dengan menceritakan kisah yang menarik dan relevan, komunikator dapat membangun koneksi emosional sehingga audiens lebih mudah terhubung dengan pesan yang disampaikan melalui cerita. Cerita dapat menyederhanakan informasi kompleks dan membuatnya lebih mudah dipahami. Selain itu dapat mempengaruhi sikap dan perilaku, menginspirasi dan memotivasi audiens untuk bertindak.

Di era digital ini, komunikasi publik dan *storytelling* saling melengkapi. Dengan memahami teori-teori komunikasi dan teknik *storytelling*, seorang komunikator dapat menciptakan pesan yang lebih efektif dan berdampak dan menjangkau audiens yang semakin beragam dan menuntut.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang merupakan data deskriptif yang dihasilkan dari salah satu metode penelitian seperti ucapan maupun tulisan serta gesture orang yang sedang diamati (Bogdan dan Taylor, 1992 dalam Sujarweni, 2020). Menurut Creswell, metode penelitian kualitatif mempunyai keberagaman pendekatan dalam penelitian akademis dibanding dengan metode kuantitatif dimana pada prosedur kualitatif banyak menggunakan teks dan gambar serta memiliki cara yang unik dalam menganalisis datanya.




Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024 dengan metode observasi. Analisis data merujuk pada Mudjarahardjo dalam (Sujarweni, 2020) dimana analisis data merupakan sebuah aktivitas guna mengatur, menyusun, pengkategorian, memberi tanda serta mengelompokkan hingga nantinya didapatkan sebuah temuan berdasarkan masalah yang ingin dijawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan

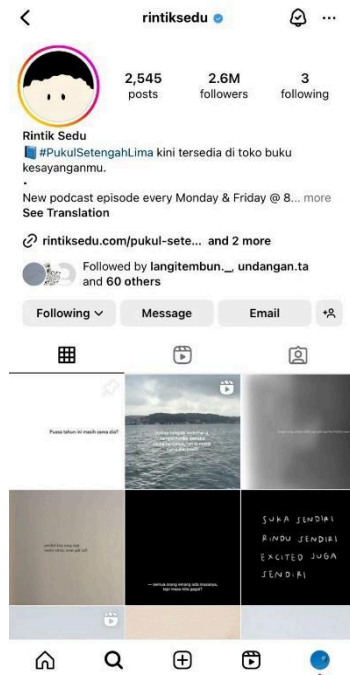
Penelitian ini meneliti tiga konten yang dipilih peneliti sebagai objek penelitian. Pemilihan ini didasarkan pada konten dengan *viewers* terbanyak di Instagram @rintiksedu. Adapun kategorisasi setiap konten dapat dilihat dari Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Kategorisasi Konten Berdasarkan Indikator Pengukuran

No	Indikator yang diukur	Konten 1	Konten 2	Konten 3
	Konten			
		Gambar 1: Postingan tanggal 31 Januari 2024	Gambar 2: Postingan tanggal 07 Desember 2023	Gambar 3: Postingan tanggal 25 April 2024
1	Menciptakan Karakter	-	-	✓
2	Panjang Cerita	✓	✓	✓
3	Foreshadowing	-	✓	✓
4	Penentuan Latar	-	-	-
5	Konflik	✓	✓	✓
6	Dialog yang Nyata	✓	✓	✓
7	Sentuhan Personal	✓	✓	✓
8	Sudut Pandang	✓	✓	✓
9	Mulai dengan Kejutan	✓	✓	✓
10	Pesan yang Jelas	✓	✓	✓
11	Relatability	✓	✓	✓
12	Cara Penyampaian yang Tepat	✓	✓	✓

Respon netizen terhadap konten *storytelling* dalam akun @rintiksedu

Akun @rintiksedu memiliki daya tarik *storytelling* tersendiri, ia mampu membaca kegelisahan orang-orang yang membuat target audiensnya merasa relate dengan konten yang dibuatnya. Nadhifa Allya Tsana mampu membahasakan ulang hal-hal yang mungkin orang lain susah untuk ungkap namun dapat dituangkannya di dalam konten yang dia buat. Hal ini merupakan kekuatan yang dimiliki *storyteller* dalam akun tersebut. Konten dalam akun ini tidak pada pembahasan hingga menyelesaikan masalah namun hanya menceritakan ulang hal-hal yang terjadi yang orang lain sulit untuk ungkapkan. Berikut adalah profil akun @rintiksedu:



Gambar 1. Profil Akun Instagram @rintiksedu

Rintik sedu sendiri memiliki arti hujan yang bermaksud sesuatu yang dibaca atau mendengarkan ketika hujan sedang turun. Foto profil yang dipasang menggambarkan hal yang serupa yaitu berupa payung dan ada beberapa tetes air hujan. Hal ini disebabkan, bagi millennial sesuatu yang berhubungan dengan hujan dikaitkan dengan kegalauan.

Pada postingan tanggal 31 Januari 2024, Nadhifa Allya Tsana menampilkan konten video *storytelling* yang berlatar cerita mengenai seseorang yang disukai. Video ini direkam dalam sebuah ruangan dengan lemari buku sebagai latar belakang. Gaya bercerita tidak terlalu formal dan memiliki alur yang membuat para audiens merasa terbawa dengan ceritanya. Respon netizen pada konten tersebut adalah:



Gambar 2. Respon Netizen pada Postingan Tanggal 31 Januari 2024

Sementara itu, pada postingan tanggal 7 Desember 2023, respon netizen memiliki pandangan yang berbeda dengan *storyteller* tentang *move on*. Ada yang mengartikan tentang perasaan pada orang lama, ada juga yang mengartikan tentang bagaimana perasaan ditinggalkan oleh pasangan, serta ada juga yang menangkap jika pada postingan tersebut memiliki makna yang tidak begitu jelas. Berikut salah satu respon netizen pada kolom komentar postingan tersebut:



Gambar 3 : Respon Netizen pada Postingan Tanggal 07 Desember 2023

Selanjutnya pada postingan tanggal 25 April 2024, respon netizen pada umumnya menyampaikan perasaan bahwa mereka seakan-akan mengobrol dengan Nadhifa Allya Tsana di postingan tersebut.



Gambar 4. Respon Netizen pada Postingan Tanggal 25 April 2024

KESIMPULAN

Nadhifa Allya Tsana melalui akun Instagram @rintiksedu memanfaatkan teknik *storytelling* dengan efektif untuk membangun hubungan yang mendalam dengan audiensnya. Dengan menyusun narasi yang selaras dengan pengalaman dan emosi para pengikut dia berhasil membangun komunitas yang besar dengan melibatkan interaksi didalamnya. Penelitian menunjukkan bahwa efektivitas *storytelling* dapat dikaitkan dengan beberapa faktor utama seperti konten yang relevan, penggunaan bahasa yang efektif, estetika visual, gaya dan nada yang konsisten. Hal ini menunjukkan besarnya kekuatan *storytelling* dalam membangun hubungan bermakna dengan penonton dengan memanfaatkan teknik bercerita untuk membuat konten yang menarik dan sesuai dengan target audiens mereka.

Temuan ini menunjukkan bahwa eksplorasi teknik *storytelling* yang dilakukan Nadhifa Allya Tsana telah meningkatkan keterlibatan netizen secara signifikan. Kemampuannya untuk membuat konten yang relevan dan beresonansi secara emosional telah menghasilkan banyak pengikut setia, tingkat interaksi yang tinggi, dan rasa kebersamaan yang kuat di antara audiensnya.

REFERENSI

- Amorta, A. B., Nugroho, D. L. D., Lokananta, H. P., & Sabri, S. (2022). *Analisis Gaya Storytelling dalam Konten Animasi "Vernalta."* JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan), 5(2), 170–182.
- Aripadono, H. W. (2020). *Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram.* Teknika, 9(2), 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>
- Diniar, S. P., & Febriana, P. (2023). *Content Analysis in "Podcast" Rintik Sedu to Captivating Listeners.* KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 17(2), 151–160. <https://doi.org/10.24090/komunika.v17i2.7209>
- Shafira, F. (2022). *Persepsi Audiens Terhadap Storytelling Nadhifa Allya Tsana dalam Konten Instagram "RINTIK SEDU"* Skripsi, 8.5.2017, 115–137. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>
- Silvia, M. (2019). *Strategi Content Creator pada Dakwah di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun Instagram @pejuang.mahar).* 19(5), 1–23.
- Trisakti, F. A., & Alifahmi, H. (2018). *Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata.* Jurnal Komunikasi Indonesia, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9692>