

ABSTRAK

Pada saat ini isu mengenai kesehatan mental menjadi perhatian bagi banyak orang dan banyak usaha yang dilakukan untuk saling berbagi energi positif salah satunya dengan cara menyampaikan pesan persuasif melalui media sosial *Instagram*. Akun *Instagram* @mununayyazazafirota merupakan salah satu akun yang melakukan hal tersebut dengan memanfaatkan fitur *feed Instagram*. Melalui akun *Instagram* tersebut disampaikan pesan persuasif yang berkaitan dengan kehidupan dan permasalahan hidup. Setiap orang memiliki kemampuan untuk menghadapi masalah yang dialami dalam hidupnya dan kemampuan tersebut disebut *adversity quotient*. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu seberapa besar hubungan antara pesan persuasif pada *feed Instagram* dengan *adversity quotient followers @munayyazafirota*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner dan teknik sampling yang digunakan dengan *simple random sampling*. Selain itu teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Perubahan Sikap. Pada uji validitas dan uji reliabilitas dihasilkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner valid dan reliabel. Hasil dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara pesan persuasif pada *feed Instagram* dengan *adversity quotient followers @munayyazafirota* dengan angka korelasi sebesar 0,553 yang berarti hubungan ini memiliki tingkat hubungan yang sedang dan arah yang positif.

Kata Kunci: *Adversity Quotient, Instagram, Pesan Persuasif,*

ABSTRACT

At this time the issue of mental health is a concern for many people and many efforts are made to share positive energy with each other, one of which is by conveying persuasive messages through Instagram social media. The Instagram account @mununayyazazafirota is one of the accounts that does this by utilizing the Instagram feed feature. Through the Instagram account, persuasive messages related to life and life problems were conveyed. Everyone has the ability to deal with problems experienced in his life and this ability is called adversity quotient. This study aims to find out how much the relationship between persuasive messages on Instagram feeds and adversity quotient followers @munayyazafirota. This research uses quantitative methods with a correlational approach. The data collection technique used is by distributing questionnaires and sampling techniques used with simple random sampling. In addition, the theory used in this study is the Theory of Attitude Change. In the validity test and reliability test, it is produced that all statements in the questionnaire are valid and reliable. The result in this study is that there is a relationship between persuasive messages on Instagram feeds with adversity quotient followers @munayyazafirota with a correlation number of 0.553 which means this relationship has a moderate level of relationship and a positive direction.

Keywords: Adversity Quotient, Instagram, Persuasive Messages,