

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan persuasif dalam konten edukasi sosial pada akun Instagram @sherlyannavita. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi serta mendeskripsikan makna pesan persuasif yang terkandung dalam konten mengenai pemberdayaan perempuan, pendidikan, dan generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) Krippendorff. Data penelitian berupa delapan konten edukasi sosial yang diunggah pada akun @sherlyannavita periode April hingga September 2025. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pesan berdasarkan tiga kategori retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Berdasarkan hasil rekapitulasi temuan, unsur *ethos* dan *pathos* menjadi aspek yang paling dominan, di mana *ethos* dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan audiens melalui kredibilitas dan karakter tokoh, sedangkan *pathos* digunakan untuk menyentuh emosi audiens lewat motivasi dan harapan. Sementara itu, unsur *logos* tetap hadir sebagai penunjang melalui penyajian argumentasi yang logis dalam menanggapi berbagai isu sosial. Maka makna pesan persuasif dalam konten tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi sosial yang berupaya membangun kesadaran dan mendorong audiens untuk merespons berbagai persoalan sosial. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @sherlyannavita memanfaatkan strategi retorika dalam menyusun pesan persuasif yang berpotensi ditujukan untuk membangun pemahaman dan kesadaran sosial audiens.

Kata Kunci: Analisis Isi, Pesan Persuasif, Edukasi Sosial, Instagram, Retorika Aristoteles.

ABSTRACT

This research focuses on analyzing the content of persuasive messages in social educational content on the Instagram account @sherlyannavita. It aims to analyze the content and describe the meaning of persuasive messages conveyed through content related to women's empowerment, education, and youth. This study employed a qualitative approach using Krippendorff's content analysis method. The research data consisted of eight social educational content posts uploaded to the @sherlyannavita account between April and September 2025. The analysis was conducted by identifying persuasive messages based on Aristotle's three rhetorical appeals: ethos, pathos, and logos. The findings indicate that ethos and pathos were the most dominant rhetorical elements. Ethos was used to build audience trust through the credibility and character of the speaker, while pathos was employed to evoke the audience's emotions by emphasizing motivation and hope. Meanwhile, logos served as a supporting element through the presentation of logical arguments in addressing various social issues. The meaning of the persuasive messages indicates that social media functions not only as a platform for disseminating information but also as a medium for social education that seeks to raise awareness and encourage audiences to respond to social issues. Based on these findings, it can be concluded that the Instagram account @sherlyannavita utilizes rhetorical strategies in constructing persuasive messages to foster the audience's understanding and social awareness.

Keywords: *Content Analysis, Persuasive Message, Social Education, Instagram, Aristotle's Rhetoric.*