



Komunikasi *Non Verbal* Dalam Pemenangan Ajang Duta Genre Melalui *Feed Instagram* Di Bandarlampung

Jihaan Adellia¹⁾; Eny Inti Suryani²⁾; Sri Choiriyati³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Lampung

Email: ¹⁾ jihaanadellia98@gmail.com; ²⁾ enyintisuryani@gmail.com; ³⁾ srichoiriyaty@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [26 Maret 2024]

Revised [30 Mei 2024]

Accepted [10 Juni 2024]

KEYWORDS

Non verbal Communication, Duta GenRe, Instagram

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pentingnya komunikasi *non verbal* dalam menyampaikan pesan secara efektif, khususnya dalam konteks acara pemilihan Duta GenRe. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana pengalaman *non verbal* peserta dapat mempengaruhi keberhasilan mereka dalam kompetisi dan dampaknya terhadap audiens, khususnya pengguna Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dengan studi kasus meliputi pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memahami pengalaman dan persepsi partisipan terkait komunikasi *non verbal*. subjek penelitian adalah peserta dan panitia yang terlibat dalam pemilihan Duta GenRe di Bandarlampung. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara menjadi peran penting kesuksesan peserta dalam keterlibatan audiens dan penyampaian pesan. Tantangan dalam menafsirkan isyarat *non verbal* dan mengelola konten di *platform* media sosial juga menjadi sorotan. Memahami dan memanfaatkan komunikasi *non verbal* sangat penting bagi peserta untuk unggul dalam proses pemilihan Duta GenRe dan menyebarkan pesan pendidikan secara efektif di media sosial.

ABSTRACT

This research focuses on the importance of nonverbal communication in effectively conveying messages, particularly in the context of the GenRe Ambassador selection event. The study aims to investigate how participants' nonverbal communication can influence their success in the competition and its impact on the audience, especially Instagram users. The method used in this research is a qualitative approach with a case study involving data collection through interviews, observations, and documentation to understand participants' experiences and perceptions related to nonverbal communication. The research subjects are participants and committee members involved in the GenRe Ambassador selection in Bandarlampung. The results of the study indicate that body language, facial expressions, and vocal intonation play a crucial role in participants' success in engaging the audience and delivering messages. Challenges in interpreting nonverbal cues and managing content on social media platforms are also highlighted. Understanding and leveraging nonverbal communication are crucial for participants to excel in the GenRe Ambassador selection process and effectively disseminate educational messages on social media.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aspek integral dalam interaksi sosial manusia, meliputi baik komunikasi *verbal* maupun *non verbal*. Salah satu bentuk komunikasi *non verbal* yang signifikan adalah *body language* yang mencakup gestur, ekspresi wajah, dan postur tubuh. *Body language* merupakan proses komunikasi simbolis yang dapat memiliki makna ambigu dan abstrak (Wood, 2016). Dalam konteks ajang Duta GenRe, komunikasi *non verbal* memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan secara efektif (Lestari, 2020). Gerak tubuh dan bahasa tubuh menjadi elemen kunci yang memperkuat daya tarik dan pemahaman penonton terhadap pesan yang disampaikan. Di lingkungan pendidikan tinggi, ajang kompetisi seperti Duta GenRe memberikan platform bagi mahasiswa untuk mengembangkan potensi mereka. Melalui berbagai kegiatan, para peserta dapat mengeksplorasi bakat dan minat mereka, baik dalam aspek akademis maupun non-akademis, menciptakan lingkungan belajar yang dinamis.

Duta GenRe menjadi wadah bagi remaja untuk menyebarkan program kerja BKKBN dan menghindari kenakalan remaja. Proses penilaian untuk menentukan Duta GenRe melibatkan kriteria seperti pengetahuan, kemampuan berkomunikasi, partisipasi dalam kegiatan sosial, serta sikap dan kepribadian yang mendukung. Tahapan seleksi Duta GenRe melibatkan uji kemampuan berbicara di depan umum, penguasaan materi program GenRe, dan penampilan bakat peserta. Penilaian juga mempertimbangkan *gesture* berbicara, ekspresi wajah, dan penampilan saat photoshoot (F.X Danarto SY, 2023). *Instagram* menjadi platform *visual* di mana peserta berbagi foto dan *video* untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Namun, terdapat tantangan terkait pemahaman pengguna *Instagram* terhadap komunikasi *non verbal* peserta dan manajemen konten yang dapat mempengaruhi keseluruhan pesan. Oleh karena itu, diperlukan panduan evaluasi yang jelas untuk memastikan konsistensi dalam penilaian komunikasi *non verbal* melalui platform *Instagram* (Atira Nabila, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami tentang komunikasi *non verbal*, khususnya melalui *body language*, dalam mencapai tujuan kompetisi seperti Duta GenRe melalui *feed Instagram*. Komunikasi *non verbal* melalui *body language* dapat memberikan pesan yang kuat kepada penonton, mempengaruhi persepsi, dan memberikan keuntungan kompetitif bagi peserta. Namun, untuk mengoptimalkan pengaruhnya, perlunya pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima oleh pengguna *Instagram*. Dengan demikian, penelitian ini menjadi relevan karena akan memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana komunikasi *non verbal*, khususnya melalui *body language*, dapat mempengaruhi kesuksesan peserta dalam ajang Duta GenRe melalui *platform Instagram*.

Dengan memperhatikan tantangan yang dihadapi, penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang muncul, seperti menyusun panduan evaluasi yang jelas bagi juri dan manajemen konten yang lebih efektif. Dengan demikian, diharapkan komunikasi *non verbal* peserta Duta GenRe dapat lebih efektif dan memberikan dampak yang lebih besar dalam menyebarkan pesan yang ingin disampaikan. Dengan peningkatan pemahaman dan pengelolaan yang lebih baik terhadap komunikasi *non verbal* melalui *platform Instagram*, ajang Duta GenRe melalui *feed Instagram* dapat menjadi lebih sukses dalam mencapai tujuan kampanye kependudukan dan keluarga berencana.

LANDASAN TEORI

Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain (Hasmawati, 2020). Komunikasi juga dapat diartikan sebagai proses pertukaran informasi yang biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum (Oktarina, 2017). Jadi, komunikasi adalah proses menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain dengan menggunakan suatu media untuk mendapatkan tanggapan atau tanggapan. Proses komunikasi melibatkan komunikator sebagai pengirim pesan, komunikan sebagai penerima pesan, serta pesan yang merupakan gagasan yang disampaikan oleh komunikator (Yasir, 2020).

Respons atau komentar dari komunikan menjadi bagian penting dalam proses komunikasi, meskipun terkadang terjadi hambatan atau kebisingan yang mengganggu kelancaran komunikasi. Komunikasi dapat dibedakan menjadi verbal, yang menggunakan kata-kata, dan *non verbal*, yang melibatkan gerak tubuh, ekspresi wajah, dan tanda-tanda lainnya tanpa kata-kata, contoh komunikasi *non verbal* ialah menggunakan gerakan isyarat, bahasa tubuh, kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, symbol-simbol serta cara berbicara seperti intonasi penekanan, kualitas suara, gaya emosi dan gaya berbicara (Ayuna, 2023).

Komunikasi *Non verbal*

Komunikasi *non verbal* merupakan suatu proses komunikasi yang tidak melibatkan kata-kata, tetapi menggunakan lambang-lambang seperti gerak tubuh, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah untuk menyampaikan pesan (Yusuf, 2021). Komunikasi *non verbal* memainkan peran yang sangat penting dalam interaksi manusia, dan teori-teori ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana komunikasi *non verbal* mempengaruhi pemahaman dan hubungan antar individu. Seiring kemajuan teknologi dan perubahan budaya dunia, pemahaman yang lebih mendalam tentang komunikasi *non verbal* dapat membantu anda berkomunikasi secara efektif dalam berbagai situasi. komunikasi *non verbal* juga bisa dikatakan bahwa seluruh peristiwa di sekeliling situasi komunikasi yang tidak berkaitan dengan kata-kata yang diucapkan maupun dituliskan (Silviani, 2020). Komunikasi ini memiliki karakteristik khusus, termasuk kemampuannya menyampaikan pesan tanpa bahasa verbal dan sifat ambiguitasnya, serta keterkaitannya dengan konteks budaya tertentu (Poppy Ruliana, 2019).

Terdapat tujuan-tujuan yang dilakukan oleh komunikasi *non verbal*, seperti memberikan informasi, mengatur alur percakapan, mengekspresikan emosi, dan mempengaruhi orang lain. Jenis-jenis komunikasi *non verbal* mencakup ekspresi wajah, postur tubuh, isyarat tubuh, nada suara, kontak mata, penampilan, dan tata letak ruang. Pentingnya memahami komunikasi *non verbal* terletak pada perannya yang sangat penting dalam interaksi manusia, yang dapat membantu dalam meningkatkan kualitas interaksi dan memahami pemikiran dan perasaan orang lain (Karyaningsih, 2018). Dengan kemajuan teknologi dan perubahan budaya global, pemahaman yang mendalam tentang komunikasi *non verbal* menjadi kunci untuk berkomunikasi secara efektif dalam berbagai situasi. Oleh karena itu, terus mempelajari dan memahami komunikasi *non verbal* menjadi suatu hal yang penting agar kita dapat berinteraksi dengan lebih baik dalam masyarakat serta dapat mengekspresikan diri secara efektif kepada orang lain (Hariyanto, 2021).



Pemenangan Ajang Duta GenRe

Ajang Duta Generasi Berencana (GenRe) merupakan inisiatif dari Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) untuk membantu remaja mengembangkan perilaku sehat dan membangun keluarga kecil yang bahagia. Sebagai bagian dari program GenRe, Duta GenRe adalah generasi muda yang unggul, memiliki wawasan luas, sifat sosial yang tinggi, serta kemampuan organisasi yang baik untuk berkontribusi dalam membangun generasi berencana (Daud, 2017). Teori ini mengakui pentingnya ekspresi wajah autentik, gestur yang tepat, postur tubuh yang percaya diri, keseimbangan antara kesan formal dan personal, serta kreativitas dalam menciptakan konten yang menarik di platform digital tersebut.

Peserta Duta GenRe tingkat Universitas harus memenuhi beberapa kriteria khusus, seperti berusia antara 18 hingga 20 tahun, memiliki IPK minimal 3.00, kemampuan berbicara di depan publik, aktif di media sosial, memiliki pengetahuan tentang GenRe, dan aktif di organisasi, terutama Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK R) (Andusti, 2022). Melalui pemenuhan kriteria ini, peserta diharapkan dapat menjadi duta yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan terkait Generasi Berencana kepada masyarakat luas, khususnya melalui platform digital seperti *Instagram*. Dengan demikian, ajang Duta GenRe tidak hanya menjadi wadah untuk mengembangkan potensi remaja, tetapi juga merupakan strategi penting dalam mendukung tujuan program GenRe secara keseluruhan.

Instagram

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial online yang populer, memungkinkan penggunaannya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* itu sendiri. Platform ini terus mengalami perkembangan dengan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam berinteraksi dan berbagi konten (Dinillah, 2019). Beberapa fitur utama *Instagram* termasuk fitur foto, yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto *selfie*, grup, atau bentuk tulisan, serta fitur *video* yang digunakan untuk berbagi momen dan peristiwa.

Selain itu, *Instagram* juga dilengkapi dengan fitur-fitur seperti *caption*, yang memungkinkan pengguna menyampaikan pesan yang menginspirasi atau memikat hati pengikutnya, serta penggunaan *hashtag* untuk menyoroti hal-hal penting yang sedang dibicarakan. Fitur *followers* memungkinkan pengguna untuk melihat foto atau *video* yang diunggah oleh pengguna lain yang diikuti, sementara fitur jejaring sosial memfasilitasi pengguna untuk berbagi konten di platform lain secara langsung dari *Instagram*. Fitur suka atau *like* juga memberikan pengguna interaksi positif dari pengikut mereka dalam bentuk tanda hati merah. Dengan fitur-fitur ini, *Instagram* terus menjadi salah satu platform media sosial yang paling diminati dan digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia (Patahilah, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang bertujuan untuk menyelidiki dan memahami makna yang diasumsikan individu atau kelompok sebagai masalah sosial atau manusia (Creswell, 2019). Metode penelitian kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisis, dan menarik kesimpulan berdasarkan analisis data. Penentuan fokus penelitian ini membantu dalam pemilihan data yang relevan serta mengarahkan peneliti untuk memilih data yang paling sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengumpulan data studi kasus, yaitu strategi penelitian dimana peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu (Luthfiyah, 2017). Dengan demikian, penelitian ini akan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana komunikasi *non verbal*, terutama bahasa tubuh, mempengaruhi hasil dari upaya pemenangan dalam ajang tersebut. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Peneliti akan menganalisis respon, pemikiran dan pengalaman peserta Duta GenRe terkait dengan komunikasi *non verbal*. Dalam penelitian ini, beberapa teknik pengumpulan data diterapkan, antara lain observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, dilaksanakan wawancara dengan 10 peserta Duta GenRe dan Panitia terlibat ajang pemenangan Duta GenRe di Bandar Lampung. Responden terdiri dari 70% perempuan dan 30% laki-laki. Untuk asal Universitas sendiri, 50% dari Universitas Muhammadiyah Lampung, 20% Universitas Lampung, 20% Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan 10% Institut Informatika dan Bisnis

Darmajaya. Wawancara terdiri dari 10 pertanyaan yang mewakili pertanyaan mengenai komunikasi *non verbal body language* dalam upaya pemenangan Duta GenRe melalui *Feed Instagram*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, kami menemukan bahwa rata-rata peserta Duta Genre di Bandarlampung dapat memahami komunikasi *non verbal* dalam pemenangan ajang Duta GenRe melalui *feed Instagram*. Setelah analisis data selesai, dapat disimpulkan bahwa peserta Duta GenRe mempunyai tingkat pemahaman yang baik mengenai ekspresi wajah, postur tubuh dan gestur serta peserta menyatakan bahwa komunikasi *non verbal* sangat penting dalam mengekspresikan diri dan membuat percaya diri.

Definisi Komunikasi Non verbal

Komunikasi *non verbal* adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata (Hariyanto, 2021). Komunikasi *non verbal* sering disebut dengan bahasa isyarat. Perbedaan yang paling mencolok antara komunikasi *non verbal* dan *verbal* adalah perbedaan persepsi masyarakat terhadap maksud atau tujuan pesan komunikasi yang dikirimkan. Komunikasi *verbal* mempunyai tujuan dan sasaran yang jelas, sedangkan komunikasi *non verbal* tidak memiliki tujuan dan sasaran yang pasti. Komunikasi *non verbal* yang dilakukan seseorang dapat mempengaruhi emosi orang lain yang melihatnya, meskipun secara tidak sadar mereka memperhatikannya. Misalnya, saat kita bertemu teman yang dengan lantang menunjukkan ekspresi marah, tanpa sadar kita meninggikan suara. Komunikasi *non verbal* mempunyai makna emosional (Maryam, 2020).

Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari beberapa wawancara dengan peserta Duta GenRe Bandarlampung, dapat disimpulkan bahwa komunikasi *non verbal* merupakan bentuk komunikasi yang tidak melibatkan penggunaan kata-kata secara langsung. Komunikasi *non verbal* tidak hanya terbatas pada komunikasi verbal saja, tetapi juga mencakup komunikasi *non verbal* seperti bahasa isyarat. Semua komunikasi seringkali menggunakan komunikasi *non verbal* melalui bahasa tubuh atau gerak tubuh. Proses komunikasi *non verbal* melibatkan komunikasi antar orang tanpa menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan gerak tubuh dan bahasa tubuh.

Tantangan Dalam Pemahaman Komunikasi Non verbal

Cangara menyebutkan bahwa terdapat enam tantangan dalam komunikasi non-verbal, yaitu: gangguan teknis, gangguan semantik dan psikologis, gangguan fisik, gangguan status, gangguan kerangka berpikir, dan gangguan budaya. Di sisi lain, tantangan dan hambatan dalam komunikasi biasanya terdiri dari kesulitan dalam proses komunikasi, kesulitan dalam komunikasi fisik, kesulitan dalam semantik, dan kesulitan dalam psikologis (Umar, 2018). Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa Bahasa tubuh menjadi sebuah tantangan yang paling penting dan mungkin sulit untuk ditafsirkan atau bahkan menyesatkan. Misalnya, ekspresi mengangguk tidak selalu menunjukkan persetujuan atau kebahagiaan, karena dalam beberapa kasus ekspresi tersebut sekadar sopan atau orang tersebut tidak setuju atau tersinggung. Komunikasi *non verbal*, seperti gerakan tubuh dan ekspresi wajah, dapat memiliki arti berbeda tergantung situasi dan konteks.

Penggunaan Ekspresi Wajah dan Postur Tubuh

Dari beberapa peserta Duta GenRe yang diwawancarai, peserta Duta Genre mengatakan bahwa ekspresi wajah sangat penting karena ekspresi wajah menjadi salah satu penilaian juri, begitu pula jika dalam penyampaian tidak memperhatikan ekspresi wajah maka tidak dapat diterima dengan baik, dapat disimpulkan bahwa ekspresi wajah ekspresi wajah sangat penting, karena untuk menciptakan trust dan kepercayaan diri bahwa kita siap dengan pertanyaan atau cara menyakinkan orang terutama pengikut *Instagram* bahwa kita layak dan mumpuni untuk dipilih menjadi yang terbaik. Dari hasil wawancara, Peserta berpendapat bahwa postur tubuh yang efektif antara lain dapat memahami gestur tubuh yang lebih efektif dan ringkas, mempelajari dan menggali potensi, memahami materi dan sasaran, serta mengelola kondisi dan situasi. Penting untuk memahami tujuan postur tubuh dan penerapannya, seperti menggunakan video edukasi.

Pemahaman Terkait Intonasi Suara dan Penampilan

Intonasi penting bagi peserta saat membuat *video* tantangan atau edukasi. Peserta memperhatikan indikator sambil berbicara dengan jelas. Peserta hanya menekankan isu-isu penting terkait edukasi. Intonasi yang digunakan jelas, yakni. tidak terlalu keras atau terlalu lemah. Secara umum intonasi diperkuat pada hal-hal penting. Penampilan sangat diperhatikan peserta dalam melakukan proses *photoshoot*. Pakaian rapi dan tidak terlalu mencolok memudahkan peserta dalam menyakinkan pengikut *Instagram* dan juri.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa peserta Duta GenRe berpendapat bahwa komunikasi media sosial yang efektif memerlukan informasi yang jelas dan relevan, seperti memberi nama program



untuk *Instagram* dan memastikan keterlibatan yang tepat. Penting untuk menyesuaikan pesan kepada audiens yang dituju dan memastikan komunikasi yang jelas dan tepat waktu. Komunikasi media sosial yang efektif harus didasarkan pada metode, strategi, dan keterlibatan aktif yang efektif. Pesan tersebut juga harus jelas, ringkas, dan terfokus pada audiens yang tepat untuk memastikan komunikasi yang efektif.

Tantangan Peserta dalam Menggunakan Media Sosial *Instagram*

Dari hasil wawancara dengan panitia Duta GenRe, terdapat tantangan yang dihadapi peserta saat mempromosikan diri di media sosial terutama *Instagram* adalah deadline yang terbilang cukup ketat. Namun, hingga saat ini belum ada tantangan lain yang signifikan selain deadline, lalu pendapat panitia lain mengungkapkan bahwa tantangan yang dihadapi peserta saat mempromosikan diri di media sosial terutama *Instagram* adalah bagaimana membuat konten yang menarik untuk perkenalan diri mereka agar mudah disampaikan kepada masyarakat, terutama generasi Z. Konten harus enak dilihat dan tidak monoton.

Pemahaman Peserta Terkait Pengetahuan Seputar Generasi Berencana

Berdasarkan hasil wawancara dengan panitia Duta GenRe, dapat disimpulkan bahwa peserta Duta yang belum memahami tentang pengetahuan seputar generasi berencana akan diberikan materi tentang generasi berencana selama para peserta dikarantina, di mana mentor-mentor akan membahas definisi dan substansi dari genre.

Tingkat Keterlibatan Pengikut *Instagram* dalam Pemilihan Duta GenRe

Berdasarkan hasil wawancara dengan panitia Duta GenRe, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan pengikut *Instagram* berdasarkan suka dan komentar secara signifikan mempengaruhi kemampuan pengikut *Instagram* untuk terlibat dengan konten, sehingga mempengaruhi konten Duta GenRe. Konten edukasi atau saat melakukan challenge di *Instagram* dapat digunakan untuk mempengaruhi keterlibatan visual duta dengan pengikut *Instagram*. Keseluruhan wawancara menyoroti motivasi yang kuat dari peserta untuk mengikuti ajang Duta GenRe sebagai figur dan motivator dikalangan remaja yang dapat memberikan wawasan tentang kesehatan reproduksi serta menciptakan remaja yang bebas dari narkoba, seks bebas, dan HIV/AIDS.

Salah satu strategi yang digunakan peserta Duta GenRe yaitu strategi komunikasi yang efektif, termasuk memahami peran penting komunikasi *non verbal* atau *body language* dengan melakukan konten edukasi di *Instagram* pribadi peserta sebagai media promosi peserta. Dalam konten edukasi tersebut meliputi pemahaman peserta terkait program kerja yang akan dilaksanakan ketika terpilih dan juga menjadi inspirasi remaja lainnya tentang kesadaran kesehatan reproduksi, yang turut mencangkup ekspresi wajah, gerakan tubuh, intonasi suara dan bahasa tubuh untuk mempengaruhi pengikut di *Instagram*.

Selain itu, beberapa panitia menekankan pentingnya keseimbangan dan keseriusan peserta dalam membuat dan memposting konten edukasi yang menarik serta menentukan waktu posting konten (*primetime*) yang dapat meningkatkan jumlah penonton dan interaksi pengikut *Instagram*. Dari hasil wawancara dengan peserta dapat disimpulkan bahwa peserta cenderung memposting konten menjelang malam hari karena dianggap fleksibel dan efektif untuk menjangkau penonton yang sedang senggang dan membuka media sosial *Instagram*. Hal ini dilakukan karena media sosial *Instagram* menjadi salah satu penilaian yang sangat penting dalam ajang pemilihan Duta GenRe, terlebih saat pemilihan Duta GenRe Favorit yang turut melibatkan pengikut media sosial *Instagram* dengan cara memilih photo peserta Duta GenRe di akun media sosial ajang pemilihan duta dan melakukan like serta komentar di postingan tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada ajang pemilihan Duta GenRe di Bandar Lampung, telah dilakukan wawancara dengan peserta dari berbagai Universitas di Bandar Lampung yang mengungkapkan bahwa pemahaman dan penerapan ekspresi wajah yang sesuai dengan konteks, menjaga postur tubuh yang tepat, penggunaan intonasi suara yang efektif, dan manajemen waktu dalam posting konten merupakan faktor kunci dalam kesuksesan peserta. Selain itu, panitia menilai kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial *Instagram* sebagai alat komunikasi non verbal, serta kemampuan mereka untuk mengapresiasi diri secara efektif melalui *platform* tersebut. Panitia juga mengevaluasi keinginan peserta untuk memberikan kontribusi positif dalam penyebaran pesan edukasi. Oleh karena itu, kesadaran dan penggunaan komunikasi *non verbal*

merupakan komponen penting dalam penilaian dan kemenangan dalam kompetisi pemilihan Duta GenRe.

Saran

Meskipun sebagian besar peserta dan panitia Duta GenRe mempunyai pemahaman yang baik mengenai komunikasi *non verbal body language*, namun diharapkan peserta dan panitia tetap memperkuat pemahaman dan penerapan komunikasi *non verbal*, terutama dalam konteks *body language* perlu dilakukan pelatihan khusus terkait teknik modeling yang memfokuskan pada ekspresi wajah yang sesuai, peningkatan kesadaran akan postur tubuh yang mengkomunikasikan kepercayaan diri, serta pengembangan kemampuan dalam menggunakan intonasi suara yang efektif. Selain itu, penting untuk terus memperkaya pengetahuan tentang isu-isu generasi berencana dan memastikan bahwa konten yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif dan memberikan nilai tambah bagi audiens. Dengan demikian, peserta dapat lebih efektif dalam mempengaruhi persepsi dan meningkatkan interaksi dengan pengikut di platform seperti *Instagram*, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peluang untuk meraih kesuksesan dalam ajang Duta GenRe.

DAFTAR PUSTAKA

- Andusti, N. (2022). Panduan Apresiasi Duta Generasi Berencana (DUTA GENRE). Jakarta: Direktorat Bina Ketahanan Remaja Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional.
- Atira Nabila, N. A. (2022). Building of Informatics, Technology and Science (BITS) Volume 4, No 2. Penerapan Metode Profil Matching (PM) Dalam menentukan Pemilihan Duta Generasi Berencana (GenRe), 777-786.
- Ayuna, N. E. (2023). Peran Komunikasi Dalam Proses Akulturasi Sistem Sosial Lokal. *Technomedia Journal*, 8(1 Juni), 35-51.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Jakarta: Yayasan Mitra Netra.
- Daud, M. K. (2017). SAMARAH: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam, 1(1). Program Generasi Berencana BKKBN Provinsi Aceh dan korelasinya dengan Adat Beguru dalam Masyarakat (Studi Kasus di Kecamatan Kutapanjang Kabupaten Gayo Lues), 148-17.
- Dinillah, U. &. (2019). KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science, 1(1) . Media sosial Instagram sebagai media dakwah (analisis isi pada akun@ tentang islam dan@ harakah islamiyah), 54-67.
- F.X Danarto SY, D. W. (2023, February 15). Dipetik November 25, 2023, dari Antusias, Remaja di Indonesia Ikut Seleksi Pemilihan Duta Genre 2023: <https://www.bkkbn.go.id/berita-antusias-remaja-di-indonesia-ikut-seleksi-pemilihan-duta-genre-2023>
- Hariyanto, D. (2021). Buku ajar pengantar ilmu komunikasi. Sidoarjo: Umsida Press.
- Hasmawati, F. (2020). Manajemen dalam komunikasi. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen*, 7(2), 1-11.
- Karyaningsih, P. D. (2018). Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Lestari, A. (2020). Peran Duta GENRE Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) PIK Sahabat Sebagai Role Model Terhadap Pencegahan Pergaulan Bebas Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Luthfiah, M. F. (2017). Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus). Jawa Barat: CV Jejak.
- Maryam, E. W. (2020). Buku ajar Psikologi Komunikasi. Sidoarjo: Umsida Press.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik. Deepublish.
- Patahilah, H. F. (2020). El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, 1(02). Instagram Fatwa: Analisis terhadap Pesan Fatwa dalam Akun Instagram@ Dakwahquransunnah, 163-184.
- Poppy Ruliana, P. L. (2019). Teori Komunikasi. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Silviani, I. (2020). Komunikasi Organisasi. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Umar, N. J. (2018). Penggunaan Simbol-simbol Komunikasi Non Verbal antara Pengungsi Iran dan Warga Lokal di Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 3(2), 295-303.
- Wood, J. T. (2016). *Communication in our lives*. USA: Cengage Learning.
- Yasir. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Yusuf, M. F. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi . Yogyakarta: Pustaka Ilmu.