



## Analisis Ontologis Pesan Motivasi dalam Short Video Merry Riana tentang Hakikat Keberhasilan dan Kebahagiaan

Eny Mujiharti<sup>1,\*</sup>, Anas Ahmadi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Surabaya

\*Correspondence: [mujihartieny@gmail.com](mailto:mujihartieny@gmail.com)

### Abstrak

Fenomena penggunaan short video sebagai media penyampaian pesan motivasi berkembang pesat di era digital, terutama melalui konten Merry Riana yang mempengaruhi cara pandang audiens mengenai keberhasilan dan kebahagiaan. Konten motivasi digital tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga membentuk konstruksi realitas sosial masyarakat modern. Namun, muncul kritik terkait kecenderungan penyederhanaan realitas dan potensi *toxic positivity* dalam pesan motivasi yang disampaikan melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan mengungkap hakikat ontologis realitas keberhasilan dan kebahagiaan yang dikonstruksi dalam short video Merry Riana. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif interpretif dengan jenis analisis isi kualitatif filosofis berbasis perspektif ontologis. Data diperoleh melalui dokumentasi dan transkripsi video yang dipilih secara purposive, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik filosofis melalui reduksi data, pengkodean, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dikonstruksi sebagai proses dinamis yang melibatkan usaha, kegagalan, dan dimensi spiritual, sedangkan kebahagiaan dipahami sebagai kondisi internal yang bersumber dari kesadaran diri, rasa syukur, serta hubungan dengan Tuhan. Penelitian juga menemukan kecenderungan simplifikasi realitas yang berpotensi mengarah pada *toxic positivity*, sehingga pesan motivasi digital perlu dipahami secara kritis dan reflektif. Dapat disimpulkan bahwa konten motivasi digital tidak hanya merepresentasikan pengalaman hidup, tetapi juga membentuk standar sosial baru mengenai makna sukses dan kebahagiaan manusia modern kontemporer.

**Kata Kunci:** Ontologi; Motivasi Digital; Short Video

Received: 12 Mei 2026; Revised: 20 Mei 2026; Accepted: 21 Mei 2026; Available Online: 22 Mei 2026

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



## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat modern, terutama melalui media sosial yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, masif, dan interaktif. Salah satu bentuk komunikasi digital yang berkembang pesat ialah short video pada platform seperti YouTube dan TikTok. Format video berdurasi singkat tersebut memiliki karakteristik padat, emosional, dan mudah diterima audiens sehingga menjadi media yang efektif dalam membangun keterlibatan pengguna (Chen et al., 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar ruang berbagi informasi, melainkan telah menjadi arena konstruksi makna sosial mengenai keberhasilan, kebahagiaan, dan identitas manusia modern. Fenomena penyebaran pesan motivasi melalui short video di platform digital menunjukkan peningkatan signifikan dalam pola konsumsi konten berbasis durasi singkat (Anderson & Jiang, 2022). Konten motivasi yang dikemas secara ringkas dan emosional terbukti memiliki daya tarik tinggi serta mampu menjangkau audiens luas dalam waktu singkat (Kaye, Chen, & Zeng, 2021).

Salah satu figur publik yang aktif memanfaatkan short video sebagai media komunikasi motivasi ialah Merry Riana. Melalui platform digital, Merry Riana secara konsisten menyampaikan pesan-pesan motivasional mengenai keberhasilan, kerja keras, kebahagiaan, rasa syukur, dan pengembangan diri kepada jutaan audiens. Pesan-pesan tersebut dikemas melalui narasi persuasif, penggunaan diksi emosional, serta retorika digital yang kuat sehingga mampu membangun kedekatan psikologis dengan penonton. Dalam konteks komunikasi massa modern, pesan digital tidak lagi dipahami sebagai sekadar transmisi informasi, melainkan sebagai konstruksi

simbolik yang membawa muatan nilai, ideologi, dan cara pandang tertentu terhadap kehidupan (Cangara, 2021). Short video menjadi instrumen komunikasi yang efektif karena menggabungkan unsur visual, audio, dan teks dalam durasi yang terbatas, sehingga pesan yang disampaikan cenderung langsung mempengaruhi afeksi dan kognisi audiens (Nasrullah, 2021). Kondisi tersebut menjadikan konten motivasi digital memiliki kekuatan besar dalam membentuk persepsi masyarakat mengenai makna sukses dan kebahagiaan.

Namun demikian, di balik popularitas konten motivasi digital, muncul kritik terhadap kecenderungan penyederhanaan realitas kehidupan melalui narasi optimisme yang berlebihan. Banyak konten motivasi di media sosial menampilkan keberhasilan sebagai sesuatu yang dapat dicapai hanya melalui pola pikir positif tanpa mempertimbangkan kompleksitas realitas sosial, ekonomi, maupun psikologis individu. Fenomena ini dalam kajian psikologi dikenal sebagai *toxic positivity*, yaitu dorongan untuk selalu berpikir positif tanpa mengakui keberadaan emosi negatif dan pengalaman hidup yang sulit (Quintero & Long, 2022). *Toxic positivity* dapat menciptakan pemahaman yang dangkal mengenai kehidupan karena realitas penderitaan, kegagalan, dan keterbatasan manusia cenderung diabaikan. Dalam konteks tersebut, pesan motivasi digital berpotensi membangun konstruksi realitas yang tidak utuh dan terlalu simplifikatif terhadap pengalaman manusia.

Di sisi lain, pesan motivasi digital juga tidak dapat sepenuhnya dipandang negatif karena beberapa penelitian menunjukkan bahwa motivasi berbasis media sosial mampu mendorong optimisme, resilience, dan pengembangan potensi diri. Dalam perspektif psikologi positif, manusia dipandang memiliki kapasitas internal untuk berkembang melalui perubahan pola pikir, penguatan karakter, dan kemampuan memaknai pengalaman hidup secara konstruktif (Seligman dalam Kurniawan, 2021). Konten motivasi Merry Riana misalnya, sering menekankan pentingnya growth mindset, ketekunan, rasa syukur, dan hubungan spiritual sebagai bagian dari proses mencapai keberhasilan. Keberhasilan dalam narasi motivasi tersebut tidak hanya diposisikan sebagai pencapaian material, tetapi juga sebagai proses becoming yang melibatkan transformasi diri, kegagalan, dan pembentukan mentalitas (Wibowo, 2021). Sementara itu, kebahagiaan dipahami bukan semata-mata sebagai kesenangan sesaat, melainkan sebagai kondisi kebermaknaan hidup atau eudaimonia yang bersumber dari kesadaran diri dan relasi spiritual manusia (Mulyadi, 2021).

Meskipun berbagai penelitian telah membahas konten motivasi digital dari perspektif komunikasi, psikologi, maupun retorika media sosial, kajian yang menelaah hakikat ontologis realitas keberhasilan dan kebahagiaan dalam short video motivasi masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada aspek pengaruh media, efektivitas komunikasi persuasif, atau respons audiens terhadap konten motivasi digital. Padahal, di balik pesan-pesan motivasi tersebut terdapat konstruksi filosofis mengenai bagaimana manusia memaknai keberhasilan, kebahagiaan, dan eksistensinya di era digital. Kesenjangan penelitian inilah yang menjadi dasar pentingnya kajian ontologis terhadap short video motivasi Merry Riana.

Ontologi sebagai cabang filsafat ilmu berfokus pada hakikat keberadaan, realitas, dan esensi suatu fenomena (Bakhtiar, 2021). Dalam kajian media, pendekatan ontologis digunakan untuk membedah realitas yang dikonstruksi melalui teks, simbol, maupun narasi digital (Susanto, 2021). Pendekatan ini memungkinkan peneliti menelusuri apakah realitas keberhasilan dan kebahagiaan yang dibangun dalam short video bersifat materialistik, simplifikatif, atau justru mengandung dimensi pemberdayaan diri yang autentik dan eksistensial. Ontologi tidak hanya memandang pesan sebagai susunan kata atau gambar, tetapi sebagai representasi nilai-nilai mendasar mengenai cara manusia memahami hidupnya (Adib, 2021). Dengan demikian, analisis ontologis diperlukan untuk mengungkap struktur fundamental pemikiran yang tersembunyi di balik pesan motivasi digital.

Penelitian ini memiliki nilai kebaruan karena mengkaji short video motivasi dari perspektif ontologis yang memadukan kajian filsafat, komunikasi digital, psikologi positif, dan konstruksi sosial media. Penelitian ini tidak hanya menganalisis bentuk pesan motivasi, tetapi juga membedah hakikat realitas keberhasilan dan kebahagiaan yang dibangun dalam narasi digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual terhadap kajian filsafat komunikasi dan media digital kontemporer.

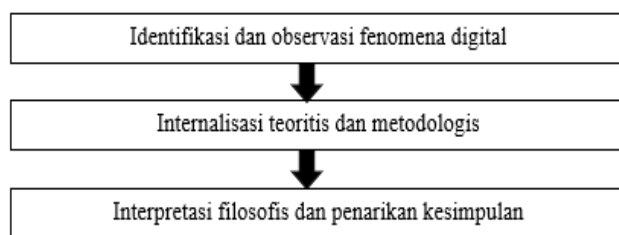
Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis hakikat ontologis realitas keberhasilan dan kebahagiaan yang dikonstruksi dalam short video motivasi Merry Riana, sehingga dapat dipahami apakah konstruksi tersebut merepresentasikan realitas yang bersifat materialistik dan simplifikatif atau mengandung dimensi pemberdayaan diri yang autentik dan eksistensial.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretif dengan jenis Analisis Isi Kualitatif Filosofis berbasis perspektif ontologis. Pendekatan ini digunakan untuk memahami hakikat keberhasilan dan kebahagiaan yang dikonstruksi dalam short video motivasi Merry Riana. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam menafsirkan makna dan realitas yang dibangun melalui narasi audio-visual (Waruwu, 2023; Lontoh, 2025). Fokus penelitian meliputi: (1) konstruksi ontologis keberhasilan; (2) struktur kebahagiaan; dan (3) dimensi relasional manusia dengan Tuhan, diri sendiri, dan proses kehidupan. Sumber data primer penelitian ini adalah video pendek (Shorts, Reels, atau TikTok) pada akun resmi Merry Riana yang diproduksi dan diunggah dalam kurun waktu terkini. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yakni memilih video yang secara eksplisit membahas terminologi "keberhasilan" dan "kebahagiaan". Data ini dianggap merepresentasikan diskursus motivasi digital yang memiliki jangkauan audiens luas di Indonesia (Septrian & Nirmala, 2025). Selain itu, peneliti menggunakan data sekunder yang berasal dari buku teks filsafat terbaru, jurnal ilmiah, dan laporan tren media sosial seperti *We Are Social* tahun 2023-2025. Sumber sekunder ini berfungsi untuk memperkuat argumen terkait pergeseran cara masyarakat mengonsumsi wacana di era algoritma personalisasi. Integrasi data primer dan sekunder ini bertujuan menciptakan validitas data yang kredibel melalui teknik triangulasi sumber (Abidin, 2025). Adapun teknik pengumpul data dalam penelitian ini yaitu studi literatur, dokumentasi digital, transkripsi, serta observasi mendalam.

Analisis data dilakukan mengikuti model Analisis Tematik Filosofis yang terdiri dari tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah reduksi data, di mana peneliti menyaring transkrip video untuk menemukan "pernyataan kunci" terkait hakikat hidup. Data yang tidak relevan dengan dimensi ontologis disisihkan agar peneliti dapat fokus pada esensi pesan yang paling fundamental (Waruwu, 2023). Tahap kedua adalah pengkodean (*coding*) berdasarkan kategori ontologis, yaitu dimensi eksistensi, substansi, dan relasional. Peneliti membedah bagaimana Merry Riana mendefinisikan "keberadaan" seorang yang sukses dan apa "substansi" dari kebahagiaan yang ditawarkannya. Tahap ini melibatkan proses refleksi kritis untuk melihat apakah realitas yang ditawarkan bersifat materialistik atau spiritualistik (Lontoh, 2025). Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, di mana peneliti menyusun sebuah bangunan pemikiran mengenai struktur ontologis pesan motivasi tersebut. Analisis ini juga mempertimbangkan aspek kognisi sosial, yaitu bagaimana kesadaran komunikator mempengaruhi produksi teks di media sosial. Hasil akhirnya adalah sebuah temuan ilmiah yang menjelaskan hakikat keberhasilan dan kebahagiaan dalam perspektif Merry Riana secara komprehensif (Gustin, 2024).

Alur penelitian ini terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu sebagai berikut.



Gambar 1. Alur Penelitian

Alur penelitian ini diawali dengan tahap identifikasi dan observasi fenomena digital, di mana peneliti mengamati masifnya produksi konten pesan motivasi dalam format short video oleh Merry Riana. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan perhatian pada bagaimana realitas keberhasilan dan kebahagiaan dikonstruksi secara visual dan verbal dalam durasi singkat. Peneliti melakukan penyaringan data (*data screening*) dengan teknik purposive sampling untuk memastikan bahwa video yang dipilih memiliki muatan substansial terkait hakikat kehidupan, sehingga layak menjadi objek material dalam analisis ontologis. Tahap selanjutnya adalah internalisasi teoritis dan metodologis, di mana peneliti menggunakan "pisau analisis" ontologi untuk membedah data yang telah dikumpulkan. Data berupa transkrip ucapan dan catatan visual dari video Merry Riana diproses melalui tahap reduksi data untuk memisahkan antara elemen retorik (*gaya bicara*) dengan elemen esensial (*inti pesan*). Dalam fase ini, peneliti menerapkan prinsip *epoche* (*penundaan prasangka*) untuk melihat pesan tersebut secara murni, sehingga klasifikasi data ke dalam dimensi eksistensi, substansi, dan relasional dapat dilakukan secara objektif berdasarkan literatur terbaru (Waruwu, 2023; Lontoh, 2025). Tahap terakhir adalah interpretasi filosofis dan penarikan kesimpulan, yang merupakan inti dari analisis ontologis. Peneliti melakukan

sintesis untuk menemukan jawaban atas hakikat "ada" dari keberhasilan dan kebahagiaan yang ditawarkan dalam narasi Merry Riana. Proses ini tidak hanya berhenti pada deskripsi apa yang dikatakan, tetapi masuk ke tahap refleksi mendalam mengenai bagaimana pesan tersebut membentuk struktur kesadaran baru bagi audiens di era digital. Seluruh temuan kemudian dikompilasi menjadi sebuah bangunan teori yang utuh, yang menjelaskan posisi ontologis kebahagiaan dan keberhasilan sebagai bagian dari eksistensi manusia modern (Alamin & Sopian, 2024).

Validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan: (1) Triangulasi teori yaitu membandingkan temuan dengan berbagai perspektif filsafat dan psikologi; (2) Ketekunan pengamatan yaitu dilakukannya observasi berulang terhadap data yang sama; (3) Audit trail yaitu dokumentasi seluruh proses analisis secara sistematis; dan (4) Validitas dalam penelitian filosofis tidak diukur melalui reliabilitas statistik, melainkan melalui kedalaman argumentasi dan konsistensi logis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada analisis konten short video yang diproduksi oleh Merry Riana sebagai representasi praktik komunikasi motivasi digital di era media sosial. Video-video yang dianalisis merupakan konten bertema keberhasilan dan kebahagiaan yang dikemas dalam format singkat, padat, dan emosional. Secara umum, konten tersebut menampilkan struktur narasi yang relatif konsisten, yakni diawali dengan pemaparan masalah atau realitas kesulitan hidup, dilanjutkan dengan afirmasi motivasional, dan diakhiri dengan solusi atau ajakan reflektif. Struktur ini menunjukkan bahwa pesan motivasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana konstruksi makna yang membentuk cara pandang audiens terhadap realitas kehidupan. Dengan kata lain, video pendek tersebut berperan sebagai medium yang tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga secara aktif menciptakan realitas baru melalui narasi yang disampaikan.

Konten-konten tersebut tidak hanya menyampaikan pesan secara informatif, tetapi juga membangun konstruksi realitas tertentu mengenai kehidupan. Oleh karena itu, analisis dalam penelitian ini diarahkan untuk mengungkap hakikat ontologis dari pesan yang disampaikan, khususnya terkait konsep keberhasilan dan kebahagiaan. Adapun rincian hasil analisis data dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Data

| No. | Kutipan data                                    | Kode  | Kategori   | Makna                              |
|-----|---|-------|------------|------------------------------------|
| 1.  | "Gagal hari ini bukan berarti gagal selamanya." | Ex-1  | Ekstensi   | Keberhasilan sebagai proses        |
| 2.  | "Kesuksesan butuh perjuangan dan waktu."        | Ex-2  | Ekstensi   | Realitas hidup dinamis             |
| 3.  | "Kamu harus bangkit dari kegagalan."            | Re-1  | Relasional | Hubungan dengan proses hidup       |
| 4.  | "Bahagia itu pilihan."                          | Ex-3  | Ekstensi   | Kebahagiaan sebagai cara mengada   |
| 5.  | "Bersyukur dengan apa yang kamu punya."         | Sub-1 | Substansi  | Kebahagiaan bersifat internal      |
| 6.  | "Libatkan Tuhan dalam setiap langkahmu."        | Re-2  | Relasional | Hubungan manusia-Tuhan             |
| 7.  | "Kerja keras tidak akan mengkhianati hasil."    | Sub-2 | Substansi  | Nilai usaha sebagai hakikat sukses |
| 8.  | "Jangan bandingkan hidupmu dengan orang lain."  | Re-3  | Relasional | Hubungan manusia dengan diri       |

Berdasarkan data hasil pengkodean tersebut, keberhasilan dalam konten motivasi dikonstruksi sebagai suatu proses yang dinamis. Pernyataan seperti "gagal hari ini bukan berarti gagal selamanya" menunjukkan bahwa keberhasilan tidak dipahami sebagai kondisi statis, melainkan sebagai proses yang terus berkembang. Hal

ini menegaskan bahwa secara ontologis, keberhasilan bersifat *becoming*, yaitu suatu proses menjadi yang tidak terpisahkan dari pengalaman kegagalan.

Selain itu, keberhasilan juga memiliki dimensi substansial yang menekankan nilai kerja keras, ketekunan, dan konsistensi. Pernyataan “kerja keras tidak akan mengkhianati hasil” menunjukkan bahwa keberhasilan tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi dari proses usaha yang dijalani. Dengan demikian, hakikat keberhasilan dalam konten ini bersifat internal sekaligus eksternal. Lebih lanjut, keberhasilan juga dikaitkan dengan dimensi relasional, khususnya hubungan manusia dengan Tuhan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan tidak hanya bergantung pada usaha manusia, tetapi juga pada aspek spiritual. Dengan demikian, ontologi keberhasilan yang dibangun bersifat holistik, mencakup dimensi material dan spiritual.

Dalam perspektif ontologis, temuan penelitian menunjukkan bahwa konsep keberhasilan dalam konten motivasi tidak diposisikan sebagai entitas yang bersifat tetap (*fixed being*), melainkan sebagai proses dinamis yang terus berkembang. Keberhasilan dipahami sebagai perjalanan yang melibatkan berbagai tahapan, termasuk kegagalan, perjuangan, dan pembelajaran. Narasi yang muncul secara konsisten menegaskan bahwa kegagalan bukanlah antitesis dari keberhasilan, melainkan bagian inheren dari struktur keberhasilan itu sendiri. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan dalam konteks ini lebih tepat dipahami sebagai “*becoming*” daripada “*being*”. Dengan demikian, ontologi keberhasilan yang dibangun bersifat prosesual, di mana makna sukses tidak terletak pada hasil akhir semata, tetapi pada perjalanan eksistensial individu dalam mencapai tujuan hidupnya.

Lebih lanjut, keberhasilan dalam konten motivasi tersebut juga menunjukkan integrasi antara dimensi material dan spiritual. Dalam banyak narasi, keberhasilan tidak hanya diukur melalui pencapaian ekonomi, status sosial, atau karier, tetapi juga melalui aspek non-material seperti kedekatan dengan Tuhan, rasa syukur, dan ketenangan batin. Hal ini menunjukkan bahwa ontologi keberhasilan yang dikonstruksi bersifat holistik, yaitu mencakup dimensi fisik dan metafisik sekaligus. Perspektif ini menolak reduksi makna keberhasilan pada aspek materialistik semata dan menawarkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang kehidupan manusia sebagai makhluk yang memiliki dimensi spiritual. Dengan demikian, keberhasilan tidak hanya dipahami sebagai pencapaian eksternal, tetapi juga sebagai kondisi internal yang mencerminkan keseimbangan antara aspek duniawi dan transendental.

Namun demikian, analisis juga menunjukkan bahwa konsep keberhasilan yang disampaikan dalam konten tersebut tidak sepenuhnya lepas dari konstruksi sosial yang berkembang di era digital. Media sosial sebagai ruang produksi makna memiliki peran penting dalam membentuk standar tentang apa yang dianggap sebagai kehidupan yang ideal. Dalam hal ini, pesan motivasi berfungsi sebagai agen konstruksi sosial yang mereproduksi nilai-nilai tertentu mengenai keberhasilan. Narasi yang disampaikan cenderung mengarahkan audiens pada pemahaman bahwa setiap individu memiliki peluang yang sama untuk berhasil selama memiliki kemauan dan usaha yang kuat. Meskipun narasi ini bersifat inspiratif, terdapat kecenderungan penyederhanaan realitas, di mana faktor-faktor struktural seperti kondisi sosial, ekonomi, dan budaya kurang mendapat perhatian. Dengan demikian, keberhasilan yang dikonstruksi dalam konten tersebut merupakan hasil dialektika antara realitas objektif dan konstruksi subjektif yang dibentuk melalui media digital.

Hasil analisis ontologis kebahagiaan menunjukkan bahwa kebahagiaan dalam konten motivasi diposisikan sebagai kondisi internal yang berasal dari dalam diri individu. Pernyataan “bahagia itu pilihan” menunjukkan bahwa kebahagiaan merupakan hasil dari kesadaran dan cara pandang individu terhadap kehidupan. Secara ontologis, kebahagiaan dipahami sebagai cara mengada (*being*), bukan sekadar hasil dari kondisi eksternal.

Selain itu, kebahagiaan juga dikaitkan dengan rasa syukur, sebagaimana terlihat dalam pernyataan “bersyukur dengan apa yang kamu punya”. Hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan tidak bergantung pada kepemilikan material, melainkan pada kemampuan individu dalam memaknai kehidupannya. Dengan demikian, kebahagiaan memiliki dimensi substansial yang bersifat batiniah dan spiritual. Menariknya, dalam beberapa konten, kebahagiaan tidak diposisikan sebagai hasil dari keberhasilan, tetapi sebagai fondasi untuk mencapainya. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam memahami hubungan antara keberhasilan dan kebahagiaan.

Analisis dimensi relasional dalam pesan motivasi juga menunjukkan bahwa pesan motivasi memiliki dimensi relasional yang kuat. Relasi manusia dengan Tuhan terlihat dalam ajakan untuk melibatkan Tuhan dalam setiap langkah kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi manusia tidak bersifat otonom,

melainkan bergantung pada dimensi transendental. Relasi manusia dengan diri sendiri terlihat dalam pesan untuk tidak membandingkan diri dengan orang lain. Hal ini menunjukkan pentingnya kesadaran diri dan penerimaan diri dalam membangun kebahagiaan. Sementara itu, relasi manusia dengan proses kehidupan terlihat dalam dorongan untuk bangkit dari kegagalan dan terus berusaha. Dengan demikian, ontologi manusia dalam konten motivasi bersifat relasional, di mana keberadaan manusia selalu terkait dengan diri, orang lain, dan Tuhan.

## Pembahasan

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan analisis tematik filosofis berbasis ontologis, yang bertujuan untuk mengungkap hakikat terdalam dari pesan motivasi dalam konten short video yang diproduksi oleh Merry Riana. Proses analisis tidak hanya berhenti pada deskripsi isi pesan secara tekstual, tetapi dilanjutkan hingga tahap interpretasi mendalam untuk menemukan struktur realitas yang dikonstruksi dalam narasi motivasional tersebut. Dengan demikian, analisis ini bersifat interpretatif-kritis yang berorientasi pada pencarian makna esensial (*being*) dari konsep keberhasilan dan kebahagiaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten motivasi digital tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan makna sosial dan identitas diri audiens. Studi yang dilakukan oleh Fitriani dan Rahmawati (2022) menemukan bahwa video motivasi di media sosial mampu membentuk persepsi individu mengenai standar keberhasilan melalui narasi persuasif yang dikonstruksi secara emosional. Temuan tersebut memperkuat bahwa analisis terhadap pesan motivasi perlu dilakukan secara mendalam karena konten digital memiliki kemampuan membangun realitas simbolik yang mempengaruhi cara individu memahami kehidupan.

Tahap pertama dalam analisis data adalah reduksi data, yaitu proses penyaringan dan pemilihan data yang relevan dengan fokus penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan seleksi terhadap transkrip video yang telah diperoleh dari proses dokumentasi dan transkripsi. Pernyataan-pernyataan yang mengandung makna filosofis terkait keberhasilan dan kebahagiaan diidentifikasi sebagai “pernyataan kunci” (*significant statements*), sementara bagian-bagian yang bersifat repetitif, informatif biasa, atau tidak berkaitan dengan dimensi ontologis disisihkan. Proses reduksi ini bertujuan untuk memfokuskan analisis pada esensi pesan yang paling fundamental, sehingga data yang dianalisis benar-benar merepresentasikan inti dari fenomena yang diteliti.

Tahap kedua adalah pengkodean (*coding*) berbasis kategori ontologis, yaitu proses pengelompokan data ke dalam tema-tema konseptual yang mencerminkan struktur keberadaan (*being*). Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan dengan mengacu pada tiga kategori utama, yaitu dimensi eksistensi, substansi, dan relasional. Dimensi eksistensi digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana konsep “keberhasilan” dan “kebahagiaan” didefinisikan dalam konteks keberadaan manusia. Dimensi substansi berfokus pada esensi atau hakikat dari kedua konsep tersebut, apakah bersifat material, spiritual, atau integratif. Sementara itu, dimensi relasional digunakan untuk menganalisis hubungan antara manusia dengan Tuhan, diri sendiri, dan proses kehidupan yang tergambar dalam narasi motivasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan proses refleksi kritis untuk menafsirkan makna di balik setiap pernyataan, sehingga tidak hanya memahami apa yang dikatakan, tetapi juga mengapa dan bagaimana makna tersebut dibangun. Kajian serupa juga dilakukan oleh Prasetyo (2021) yang menegaskan bahwa pendekatan ontologis dalam analisis media digital memungkinkan peneliti mengidentifikasi relasi antara simbol, nilai, dan konstruksi realitas dalam komunikasi virtual. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pesan motivasi pada media sosial sering kali memuat dimensi eksistensial yang berkaitan dengan pencarian makna hidup, aktualisasi diri, dan legitimasi sosial di ruang digital.

Tahap ketiga adalah interpretasi filosofis, yaitu proses pendalaman makna yang bertujuan untuk menemukan struktur ontologis dari pesan motivasi. Dalam tahap ini, peneliti tidak hanya mengelompokkan data, tetapi juga melakukan sintesis terhadap temuan-temuan yang telah dikodekan. Peneliti mengkaji apakah realitas yang dibangun dalam konten tersebut cenderung bersifat materialistik, spiritualistik, atau holistik. Selain itu, peneliti juga menelaah bagaimana narasi motivasi membentuk cara pandang tertentu terhadap kehidupan, termasuk dalam memaknai keberhasilan dan kebahagiaan. Proses interpretasi ini dilakukan dengan pendekatan reflektif yang mendalam, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai hakikat pesan yang dianalisis.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses penyusunan hasil analisis menjadi sebuah bangunan pemikiran yang utuh dan sistematis. Pada tahap ini, peneliti merumuskan temuan utama terkait struktur ontologis keberhasilan dan kebahagiaan berdasarkan keseluruhan data yang telah

dianalisis. Verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan temuan dengan kerangka teori yang digunakan, serta memastikan konsistensi logis antar temuan. Selain itu, peneliti juga mempertimbangkan aspek kognisi sosial, yaitu bagaimana latar belakang komunikator mempengaruhi produksi pesan, serta bagaimana pesan tersebut berpotensi membentuk kesadaran audiens.

Secara keseluruhan, analisis data dalam penelitian ini bersifat mendalam, reflektif, dan filosofis, karena tidak hanya berupaya memahami isi pesan secara permukaan, tetapi juga menggali makna esensial yang terkandung di dalamnya. Dengan menggunakan pendekatan ontologis, penelitian ini mampu mengungkap bahwa pesan motivasi dalam short video tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga membentuk dan mengonstruksi realitas baru mengenai makna keberhasilan dan kebahagiaan dalam kehidupan manusia di era digital.

Dalam konteks kebahagiaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kebahagiaan dalam konten motivasi lebih sering diposisikan sebagai kondisi internal yang bersumber dari dalam diri individu. Kebahagiaan tidak dipandang sebagai hasil dari kepemilikan material atau pencapaian eksternal semata, tetapi sebagai keadaan batin yang dapat dibangun melalui pola pikir positif, penerimaan diri, dan kemampuan mengelola emosi. Secara ontologis, hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan dipahami sebagai cara individu mengada (*mode of being*), bukan sekadar sesuatu yang dimiliki (*having*). Perspektif ini menegaskan bahwa kebahagiaan merupakan pengalaman eksistensial yang bersifat subjektif, yang bergantung pada bagaimana individu memaknai realitas kehidupannya.

Selain itu, kebahagiaan dalam konten motivasi tersebut juga memiliki dimensi transendental yang kuat. Kebahagiaan sering kali dikaitkan dengan praktik rasa syukur dan hubungan dengan Tuhan. Narasi yang muncul menunjukkan bahwa kebahagiaan sejati tidak bergantung pada kondisi eksternal, melainkan pada kemampuan individu untuk menerima dan mensyukuri apa yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa ontologi kebahagiaan yang dibangun tidak bersifat hedonistik, melainkan lebih dekat dengan konsep eudaimonia, yaitu kebahagiaan yang diperoleh melalui kehidupan yang bermakna dan selaras dengan nilai-nilai kebajikan. Dengan demikian, kebahagiaan tidak hanya dipahami sebagai kesenangan sesaat, tetapi sebagai kondisi kesejahteraan batin yang bersifat mendalam dan berkelanjutan. Temuan ini memperkuat konsep eudaimonia Aristotelian yang dalam penelitian Nugroho (2022) dijelaskan sebagai bentuk kebahagiaan yang diperoleh melalui kehidupan yang bermakna dan selaras dengan kebajikan. Dalam konteks media digital, kebahagiaan tidak lagi dipahami semata sebagai kesenangan instan, melainkan sebagai proses pengembangan diri yang berorientasi pada kebermaknaan hidup dan keseimbangan spiritual.

Menariknya, dalam beberapa konten ditemukan adanya pergeseran relasi antara keberhasilan dan kebahagiaan. Jika dalam paradigma umum keberhasilan sering dianggap sebagai prasyarat untuk mencapai kebahagiaan, maka dalam konten motivasi ini kebahagiaan justru diposisikan sebagai fondasi untuk mencapai keberhasilan. Individu didorong untuk membangun kebahagiaan terlebih dahulu sebagai dasar dalam menjalani proses kehidupan. Pergeseran ini menunjukkan adanya transformasi ontologis dalam memahami hubungan antara kedua konsep tersebut, di mana kebahagiaan tidak lagi menjadi tujuan akhir, tetapi menjadi kondisi awal yang memungkinkan tercapainya keberhasilan.

Dalam dimensi relasional, analisis menunjukkan bahwa pesan motivasi dalam short video mengandung tiga relasi utama, yaitu relasi manusia dengan Tuhan, manusia dengan diri sendiri, dan manusia dengan proses kehidupan. Relasi manusia dengan Tuhan tercermin dalam penekanan pada pentingnya doa, keimanan, dan ketergantungan pada kekuatan transenden sebagai sumber kekuatan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa manusia dipandang sebagai makhluk yang tidak sepenuhnya otonom, tetapi memiliki keterikatan dengan dimensi spiritual yang lebih tinggi. Relasi ini memperkuat aspek ontologis bahwa eksistensi manusia tidak dapat dilepaskan dari dimensi ketuhanan.

Relasi manusia dengan diri sendiri ditunjukkan melalui dorongan untuk melakukan refleksi diri, mengenali potensi, dan mengembangkan pola pikir bertumbuh. Individu diposisikan sebagai agen aktif yang memiliki kemampuan untuk membentuk realitas hidupnya melalui kesadaran dan tindakan. Sementara itu, relasi manusia dengan proses kehidupan ditunjukkan melalui penerimaan terhadap dinamika hidup, termasuk kegagalan, tantangan, dan perubahan. Kehidupan dipahami sebagai proses yang terus bergerak, sehingga individu dituntut untuk memiliki ketangguhan dan kemampuan adaptasi. Ketiga relasi ini menunjukkan bahwa ontologi manusia dalam konten motivasi bersifat relasional dan dinamis.

Dari segi retorika, pesan motivasi dalam short video disampaikan melalui kombinasi antara unsur verbal dan nonverbal yang saling melengkapi. Penggunaan bahasa yang sederhana namun persuasif, didukung oleh intonasi suara, ekspresi wajah, serta visualisasi yang menarik, menciptakan efek emosional yang kuat pada audiens. Struktur narasi yang umumnya dimulai dari masalah (*pain*) dan diakhiri dengan solusi (*gain*) membentuk alur cerita yang mudah dipahami dan relatable. Secara ontologis, cara penyampaian ini bukan sekadar teknik komunikasi, tetapi menjadi bagian dari realitas yang dikonstruksi. Pesan menjadi lebih “nyata” dan meyakinkan karena dikemas dalam bentuk yang dekat dengan pengalaman sehari-hari audiens. Sejalan dengan itu, penelitian Wijayanto (2021) mengungkapkan bahwa efektivitas short video sebagai media persuasi terletak pada kemampuannya menggabungkan unsur visual, verbal, dan emosional secara simultan. Kombinasi tersebut menciptakan kedekatan psikologis dengan audiens sehingga pesan lebih mudah diterima sebagai representasi realitas yang autentik.

Implikasi dari konstruksi pesan tersebut terhadap audiens cukup signifikan. Pesan motivasi dalam short video mampu membentuk pola pikir, sikap, dan cara pandang audiens terhadap kehidupan. Audiens didorong untuk mengembangkan optimisme, meningkatkan kepercayaan diri, serta memaknai kegagalan sebagai bagian dari proses menuju keberhasilan. Namun demikian, terdapat potensi terjadinya simplifikasi realitas, di mana kompleksitas kehidupan direduksi menjadi narasi yang terlalu optimistik. Kondisi ini berpotensi melahirkan fenomena yang dalam kajian psikologi dikenal sebagai *toxic positivity*, yaitu kecenderungan untuk menekankan sikap positif secara berlebihan tanpa memberikan ruang bagi pengakuan terhadap emosi negatif atau realitas yang sulit.

Berdasarkan keseluruhan analisis, dapat disimpulkan bahwa pesan motivasi dalam short video tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai mekanisme konstruksi realitas yang membentuk cara manusia memahami keberhasilan dan kebahagiaan di era digital. Keberhasilan dikonstruksi sebagai proses dinamis yang bersifat holistik, sementara kebahagiaan diposisikan sebagai kondisi internal yang menjadi fondasi kehidupan. Secara ontologis, pesan-pesan tersebut tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga menciptakan struktur makna baru yang mempengaruhi kesadaran kolektif masyarakat. Dengan demikian, konten motivasi digital dapat dipahami sebagai fenomena filosofis yang memiliki implikasi mendalam terhadap cara manusia memaknai eksistensinya di tengah perkembangan teknologi komunikasi modern.

## KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian untuk mengungkap hakikat ontologis realitas keberhasilan dan kebahagiaan dalam short video motivasi Merry Riana, hasil penelitian menunjukkan bahwa konten motivasi digital tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai konstruksi realitas sosial mengenai makna hidup di era media digital. Keberhasilan dikonstruksi sebagai proses dinamis (*becoming*) yang melibatkan usaha, kegagalan, ketekunan, dan dimensi spiritual, sehingga tidak dipahami semata-mata sebagai pencapaian material. Sementara itu, kebahagiaan diposisikan sebagai kondisi internal (*being*) yang bersumber dari kesadaran diri, rasa syukur, dan hubungan spiritual dengan Tuhan, serta dipandang sebagai fondasi penting dalam mencapai keberhasilan. Penelitian ini juga menemukan adanya dimensi relasional yang kuat dalam pesan motivasi, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan, diri sendiri, dan proses kehidupan. Dimensi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dan kebahagiaan tidak berdiri secara individualistik, melainkan terkait dengan nilai-nilai eksistensial dan spiritual. Selain merepresentasikan realitas, pesan motivasi dalam short video juga membentuk konstruksi realitas baru yang mempengaruhi cara audiens memahami kehidupan, keberhasilan, dan kebahagiaan. Namun demikian, penelitian ini menemukan adanya kecenderungan penyederhanaan realitas yang kompleks menjadi narasi optimistik yang berpotensi mengarah pada *toxic positivity*. Oleh karena itu, pesan motivasi digital perlu dipahami secara kritis dan reflektif agar tidak hanya menjadi media optimisme semu, tetapi mampu menghadirkan pemberdayaan diri yang autentik dan bermakna secara eksistensial.

## Daftar Pustaka

- Abidin, S. (2025). *Komunikasi massa di era teknologi digital*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Ahmadi, A. (2015). *Psikologi sastra*. Unesa University Press.
- Ahmadi, A. (2023). *Teori sastra: Perspektif apresiatif*. Penerbit Delima.

- Alamin, F., & Sopian, A. (2024). Wacana filsafat ilmu balaghah: Kajian ontologi, epistemologi dan aksiologi. *Rayah Al-Islam*, 8(1), 131-142.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2022). *Teens, social media and technology 2022*. Pew Research Center.
- Bakhtiar, A. (2021). *Filsafat ilmu* (Edisi revisi). RajaGrafindo Persada.
- Cangara, H. (2021). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi keempat). Rajawali Pers.
- Chen, L., Blackburn, J., De Cristofaro, E., & Stringhini, G. (2021). *Slapping cats, bopping heads, and Oreo shakes: Understanding indicators of virality in TikTok short videos*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2101.05152>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Falah, R. (2021). *Filsafat nilai: Mencari hakikat makna dalam kehidupan*. Remaja Rosdakarya.
- Fitriani, D., & Rahmawati, L. (2022). Motivational content and digital identity construction in social media. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(2), 112-124.
- Griffin, E. (2006). *A first look at communication theory* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Gustin, E. (2024). Media sosial dan pembentukan opini publik: Analisis studi kasus. *Jurnal Socius*, 3(2).
- Handoko, T. (2021). *Mindset dan motivasi: Kajian psikologi kontemporer*. Erlangga.
- Hidayat, A. (2021). *Psikologi kebahagiaan: Perspektif eksistensial*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayatullah, S. (2021). *Konstruksi sosial media massa*. Pustaka Pelajar.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229-253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Kurniawan, R. (2021). *Psikologi positif: Teori dan aplikasi dalam konseling*. Alfabeta.
- Lestari, P. (2021). *Identitas digital dan masyarakat konsumsi*. Kencana.
- Lontoh, F. O. L. (2025). *Filsafat ilmu: Fondasi dan perkembangan pengetahuan*. ResearchGate Publication.
- Morissan. (2021). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Kencana.
- Mulyadi, D. (2021). *Eksistensialisme dan makna hidup*. Global Aksara Persada.
- Nasrullah, R. (2021). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, A. (2022). Eudaimonia dan makna kebahagiaan dalam perspektif filsafat kontemporer. *Jurnal Filsafat Humaniora*, 14(2), 88-101.
- Parveen, B., & Gouda, N. K. (2022). Motivation for social media engagement: A systematic literature review (SLR). *Journal of Media and Communication*, 6(1), 196-219.
- Prasetyo, H. (2021). Pendekatan ontologis dalam analisis media digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Filsafat*, 5(1), 44-58.
- Pratama, A. (2021). *Retorika modern di media sosial*. Global Aksara Persada.
- Putra, M. G. (2021). *Resiliensi dan kebahagiaan di era disrupsi*. Literasi Nusantara.
- Quintero, S., & Long, J. (2022). Toxic positivity in digital culture and social media communication. *Journal of Positive Psychology Studies*, 4(2), 55-67.
- Ramadhan, F. (2021). *Sosiologi digital: Memahami realitas baru masyarakat*. Rajawali Pers.
- Santoso, B. (2021). *Komunikasi visual dan retorika digital*. Simbiosis Rekatama Media.

- Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025). Analisis isi konten sosial media dalam meningkatkan engagement. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 5(4), 1-13.
- Siregar, I. (2021). *Analisis wacana motivasi di media digital*. Perdana Publishing.
- Susanto, A. (2021). *Filsafat ilmu: Suatu kajian dalam dimensi ontologis, epistemologis, dan aksiologis*. Bumi Aksara.
- Suyanto, B., dkk. (2024). Penggunaan diksi dan gaya bahasa konten video motivasi Merry Riana dalam media TikTok. *Semiotika: Jurnal Ilmu Sastra dan Linguistik*, 25(1).
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Wibowo, S. (2021). *Filsafat keberhasilan: Melampaui materialisme*. Kanisius.
- Wijaya, H. (2021). *Analisis narasi dan persuasi media*. Perdana Publishing.
- Wijayanto, B. (2021). Retorika digital dan persuasi emosional pada short video. *Jurnal Komunikasi Massa*, 9(2), 76-89.
- Zainal, A. (2021). *Sosiologi komunikasi di era digital*. Prenada Media Group.