

PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP KONTEN INFORMASI MENTAL HEALTH (STUDI KASUS PADA PLATFORM SATUPERSEN)

¹Naila Muna Kamila, ²Annisya Asri Diarta, ³Sinta Dias Nuranisa

^{1,2,3}Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro,

^{1,2,3}Jl. Erlangga Barat 7 No.33, Pleburan, Kota Semarang, Jawa Tengah

¹nailamunakamila@students.undip.ac.id, ²aasridiarta@gmail.com, ³sintanura671@gmail.com

Abstrak

Pada era globalisasi, penggunaan media sosial menjadi hal yang tidak bisa dihindari. Banyak studi yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial dapat mengganggu kesehatan khususnya pada mental seseorang. Gangguan mental yang dimaksud berupa kecemasan, depresi, gangguan tidur, dan body image. Dalam jurnal ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui persepsi pengguna media sosial terhadap konten kesehatan mental yang di unggah akun instagram Satupersen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner kepada pengikut instagram satupersen. Pada penelitian ini ditemukan bahwa responden sebagai followers dari akun satupersen seringkali menggunakan media sosial khususnya instagram, namun ketertarikannya terhadap konten kesehatan mental yang disediakan satupersen tidak begitu tinggi. Selain itu, hal ini juga membuktikan dengan banyaknya nilai realitas yang dicipta pada media sosial belum tentu sama dengan realitas pandangan yang sebenarnya di dunia nyata.

Kata kunci: kesehatan mental, konten, media sosial, persepsi

Abstract

In the era of globalization, the use of social media is something that cannot be avoided. Many studies reveal that the use of social media can interfere with one's mental health, especially. Mental disorders in question include anxiety, depression, sleep disturbances, and body image. In this journal, researchers intend to determine the perceptions of social media users towards mental health content uploaded by the Satupersen Instagram account. This study uses a descriptive quantitative approach by distributing questionnaires to one percent of Instagram followers. In this study, it was found that respondents as followers of Satupersen accounts often use social media, especially Instagram, but their interest in the mental health content provided by Satupersen is not that high. In addition, this also proves that the many values of reality created on social media are not necessarily the same as the reality of the actual views in the real world.

Keywords: content, mental health, perception, social media

PENDAHULUAN

Teknologi informasi di era globalisasi berkembang sangat pesat dalam kehidupan masyarakat (Pratama & Sari, 2020). Berkas internet, kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan mudah baik itu kebutuhan bersosialisasi, mengakses informasi, hiburan salah satunya dengan sosial media, terlebih lagi dengan kondisi pandemi saat ini

dimana seluruh masyarakat dihimbau untuk melakukan aktivitasnya di rumah. Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate juga menyatakan bahwa ada pergeseran konfigurasi pemanfaatan atau penggunaan internet selama masa pandemi ini, yang awalnya hanya berada di kantor, kampus, sekolah dan tempat publik saat ini konfigurasi penggunaan internet bergeser ke perumahan,

tempat tinggal, dan pemukiman. Hal tersebut merupakan konsekuensi pelaksanaan imbauan pemerintah untuk bekerja dari rumah, belajar dari rumah dan beribadah di rumah (Mth, 2020).

Penggunaan internet kini telah merambah ke hampir seluruh rentang usia dan lapisan masyarakat. Indonesia sendiri tercatat memiliki 202,6 juta pengguna internet atau setara dengan 73,7% dari total populasi. Belum lagi bila diukur pada kenaikan signifikan yang terjadi selama pandemi Covid-19. Dimana kondisi ini menuntut banyak aktivitas dilakukan secara daring (Irso, 2021; Kemp, 2021). Sedangkan bila menilik lebih jauh, menurut survei yang dilakukan Hotsuite.com, setidaknya ada 4,20 miliar masyarakat dunia yang menggunakan media sosial atau dengan kata lain menyebutkan bahwa pengguna sosial media telah mencapai 53% dari populasi penduduk dunia. Dimana data tersebut dinilai kian bertambah sebesar 13% setiap tahunnya (Kemp, 2021).

Keberadaan teknologi dan internet tidak pernah lepas dari kehidupan, tidak selamanya berjalan mulus dan menyenangkan. Hal ini kadang secara tidak langsung dapat membuat kesehatan terganggu bagi beberapa orang, khususnya dalam mengakses media sosial. Seseorang dapat mengalami gangguan mental seperti cemas, depresi, gangguan tidur, hingga ketenangan jiwa hanya karena mengakses sebuah media sosial yang menghubungkan ke seluruh dunia. Akan tetapi, pembahasan kesehatan mental di Indonesia

masih menjadi pembahasan yang tabu hingga salah satu akun yang bernama Nanti Kita Cerita tentang Hari Ini menjadi pionner yang memberikan motivasi serta mendiskusikan kegiatan sehari-harinya dalam kehidupan. Hal ini yang mendorong beberapa akun untuk menyuarkan kesehatan mental melalui media sosial, terutama instagram.

Dalam beragam konten yang tersedia di media sosial, pembicaraan mengenai kesehatan mental merupakan salah satu yang kian sering dibahas. Menurut WHO, kesehatan mental sendiri adalah kemampuan dalam mengelola kondisi kejiwaan setiap manusia berupa stres, pikiran, dan perasaan untuk menjalani kehidupan yang wajar. Termasuk pula cara agar manusia dapat berproduktif dan berguna di lingkungan sekitarnya (SAMHSA, 2023). Mental yang sehat sangat berpengaruh pada bagaimana cara kita berpikir, merasa, dan bertindak. Kesehatan mental sangat penting dalam setiap tahap kehidupan manusia dari masa kanak-kanak hingga dewasa (Department of Health & Human Services, 2020).

Fenomena kesehatan mental salah satunya juga didorong oleh adanya budaya berkompetisi dan tingkat persaingan yang semakin tinggi. Misalnya, pada sistem pendidikan yang mengajarkan seseorang untuk harus pandai dalam segala bidang dan klaim masyarakat bahwa orang yang berprestasi, sukses, dan banyak uang menjadi salah satu ciri-ciri ideal seseorang itu dikatakan berhasil. Padahal, tidak semua orang dapat memenuhi ekspektasi ideal tersebut. Ketika mereka tidak

dapat memenuhi ekspektasi tersebut, mereka seolah-olah dianggap seperti orang yang gagal. Entah dari lingkungan keluarga, pertemanan, maupun masyarakat luas.

Selain itu, fenomena kesehatan mental ini sangat tepat jika digambarkan dengan keadaan dunia saat ini. Naiknya isu mengenai kesehatan mental dipengaruhi oleh keadaan dunia yang sedang dilanda oleh virus Covid-19, bersamaan dengan masa pandemi ini banyak masyarakat yang mengalami gangguan pada mentalnya. Berdasarkan data swaperiksa yang dihimpun Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) dari Bulan April – Agustus 2020, sebanyak 3.443 orang yang melakukan swaperiksa ternyata mengeluhkan masalah psikologis. Data tersebut dirincikan sebanyak 47,9 persen memiliki gejala kecemasan, 36,1 persen menunjukkan gejala depresi dan 16 persen lainnya mengalami permasalahan trauma psikologis (Unit PKRS, 2020). Menurut data Kementerian Kesehatan, permasalahan kesehatan mental di Indonesia mencapai 6,2% dari remaja usia 15-26 tahun yang mengalami depresi atau angka tersebut setara dengan sekitar 11.305.500 orang. Dari data temuan tersebut, sekitar 1.697.325 orang bahkan sampai melakukan bunuh diri (Tim Riskesdas 2018, 2019).

Terdapat beberapa penelitian yang membahas terkait penggunaan media sosial dan hubungannya dengan kesehatan mental. Salah satu diantaranya adalah sebuah studi yang dilakukan oleh Naslund, dkk yang menyebut bahwa banyak orang dengan masalah mental

yang kemudian mencari koneksi di media sosial. Koneksi ini dimaksudkan untuk mencari dukungan, informasi tentang rekomendasi pengobatan, mengakses layanan kesehatan mental dan mengatasi gejala yang timbul (Naslund et al., 2020). Adapula penelitian dari Manoj Kumar, dkk yang menyebutkan bahwa ketertarikan pengguna media sosial disebabkan adanya umpan balik yang diterima saat menggunakan media sosial. Dengan adanya media sosial dan dukungan timbal balik dengan koneksi orang-orang yang memiliki ketertarikan pada topik serupa (Sharma et al., 2020).

Dengan adanya kesamaan minat dan banyak orang yang berani menyuarakan, saat ini berbagai kampanye sosial mulai bermunculan, salah satunya yang memfokuskan pada isu kesehatan mental. Anggapan pada kesehatan mental dalam masyarakat kemudian menjadi hal yang berkaitan dan penting untuk dipahami. Pencarian masyarakat online untuk mencari lebih jauh informasi tentang kesehatan mental ini membuat berkembangnya banyak platform pada media sosial yang khusus menyediakan konten-konten yang membahas mengenai kesehatan mental. Mulai dari akun yang hanya melirik pada cara mengatasi kesehatan mental secara umum dialami seseorang hingga pada topik yang lebih serius.

Pengertian dari media sosial sendiri merupakan media online yang mendorong adanya interaksi sosial dan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif secara

virtual (Cahyono, 2016). Adapula yang berpendapat bahwa media sosial adalah sebuah aplikasi berbasis internet yang beralaskan pada ideologi dan teknologi Web 2.0 . Dimana aplikasi ini akan mendorong seseorang untuk membuat dan terjadi pertukaran konten yang dilakukan oleh setiap penggunanya. Hal inilah yang nantinya membentuk sebuah interaksi sosial antar masyarakat jejaring (Anwar, 2017).

Salah satu sosial media yang memiliki engagement yang cukup besar di Indonesia adalah instagram. Meski masih berada di bawah Youtube dan WhatsApp yang dilihat dari data statistik pada salah satu portal berita, media sosial ini merupakan yang salah satu yang stabil dalam jenjang kepopuleran penggunaannya di Indonesia. Instagram pula sering digunakan dalam kampanye-kampanye sosial dengan memanfaatkan tools yang ada di dalamnya. Pada prinsipnya, Instagram adalah media digital yang memiliki fungsi yang mirip dengan twitter. Namun, instagram lebih mengedepankan pada konten visualnya. Dimana hal ini lebih dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto atau visual menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Salim et al., 2017). Setiap platform yang bermunculan memiliki fokus atau angle yang berbeda dalam menggambarkan isu kesehatan mental. Hal ini didasari pada kenyataan bahwa setiap orang memiliki perspektifnya masing-masing dalam menanggapi permasalahan yang dihadapi

sehingga tidak sedikit platform yang membahas mengenai kesehatan mental.

Dalam menggambarkan persektif seseorang, Aubrey B. Fisher menjelaskan ada empat perspektif teori komunikasi. Pertama, pandangan perspektif mekanistik yang berarti bahwa setiap komponen mentransformasikan fungsinya masing-masing dalam suatu garis linier dalam gerakan yang sekuensial. Proses komunikasi dapat dipandang sebagai suatu cerita dari rangkaian berbagai objek yang bersifat sebab-akibat. Langkah yang paling efektif untuk mengkaji suatu objek adalah mengisolasi objek itu, kemudian meneliti setiap komponen lainnya berfungsi atau tidak. Adapun ruang lingkupnya yaitu studi komunikasi berpusat pada saluran dan peristiwa, atau fungsi-fungsi yang terjadi akibat saluran itu. Pengaruh saluran terhadap komunikasi, karakteristik sumber dan transmisi, dan sebagainya. Kedua, pandangan perspektif psikologis, yaitu subjektivitas manusia mempengaruhi stimulus yang mereka terima dan hasilkan. Setiap orang dapat memodifikasi stimulus yang mereka terima. Persepsi yang datang bersama stimulus diterima secara selektif, karena organisme membuat pilihan terhadap apa yang perlu direspon. Ketiga, pandangan perspektif interaksionis, yaitu menekankan kepada tindakan manusia dalam masyarakat. Memahami diri sendiri dimulai dari orang lain. Individu dapat dipahami melalui kegiatan interaksi dengan sesama dalam masyarakat. Komunikasi terjadi melalui pertukaran simbol

yang berkaitan satu sama lain. Keempat, Pandangan perspektif pragmatis, yaitu pertukaran pesan yang komunikatif bukan pada individu, melainkan pada perilaku individu yang saling berinteraksi. Dalam memahami komunikasi sebagai sistem, dengan meneliti sistem perilaku setiap individu (Sikumbang, 2017).

Hal-hal inilah yang memelopori muncul dan trennya salah satu akun media sosial instagram bernama @satupersen yang fokus pada pembahasan isu kesehatan mental dan self-development di Indonesia. Platform ini berkeinginan agar semua orang berdaya dengan memiliki *identity-aware*, *active problem solver* dan *growth mindset*. Memang satu persen memiliki banyak platform sosial media yang berbeda-beda dan dimanfaatkannya sesuai dengan berbagai fasilitas yang dibutuhkan. Namun, pada akun instagramnya, @satupersen menonjolkan topik lifestyle dan masalah identity diri yang memang sesuai dengan kebutuhan konsumsi informasi masyarakat saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan Kuantitatif lebih menekankan analisis pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan fenomena teknologi dengan masyarakat jaringan yang diamati menggunakan logika ilmiah. Hal ini berarti menggunakan dukungan

data kuantitatif akan tetapi penekanannya selain pada pengujian hipotesis, penelitian ini juga menghasilkan cara berpikir formal dan argumentatif.

Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Pendekatan kuantitatif ini digunakan oleh peneliti untuk mengukur persepsi pengguna media sosial terhadap konten mental health dalam masa pandemi Covid-19.

Bentuk penelitian ini berupa survei yang dilakukan secara daring ditujukan pada pengikut Satu Persen di Instagram yang kemudian akan penulis perjelas dengan deskripsi dari hasil yang telah diperoleh. Penelitian dilakukan pada bulan 1 Mei hingga 1 Juni 2021. Adapun Data pada penelitian ini diperoleh dengan penyebaran angket kepada para pengikut Instagram Satu Persen dan wawancara bersama mas Ifandi Khainur Rahim atau kerap disapa mas Evan selaku Founder Satu Persen. Angket disusun berdasarkan tiga indikator yakni penggunaan sosial media, sikap terhadap konten kesehatan mental, dan tindakan audience terhadap konten kesehatan

mental. Dalam penelitian ini juga terdapat variabel bebas atau independen variable yang digunakan adalah penggunaan sosial media (X1), sikap terhadap konten kesehatan mental (X2), kemudian untuk variabel dependen atau dependen variable yang digunakan adalah tindakan audience terhadap konten kesehatan mental (Y).

Adapun, analisis data penelitian ini menggunakan uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan alpha= 0.05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2012).

Dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan rumus slovin yang bertujuan untuk mengetahui jumlah sampel dari random sampling. Hitungan rumus slovin dengan populasi pengikut instagram dari @satupersen yang berjumlah 56 ribu, dihitung bahwa jumlah sampel dan alpha = 0.05 menjadi 98 kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pada penelitian ini adalah untuk menggambarkan kondisi atau fenomena pada gambaran data subjek yang dinilai secara umum terhadap perspektif konten di akun instagram @satupersen. Pada instrumen penelitian ini, diperoleh responden sebanyak 102 orang dengan kondisi latar belakang yang

dipilih secara acak. Hal ini dikarenakan belum adanya data pasti mengenai persebaran lapisan usia pada pengikut @satupersen di instagram.

Data ini menunjukkan adanya kesamaan dari para pengikut instagram @satupersen yang mengaku menggunakan internet setiap hari. Temuan ini pula juga memiliki kesesuaian dari paparan sebelumnya mengenai internet yang saat ini menjadi konsumsi masyarakat yang terus meningkat setiap tahunnya. Dari data ini pula, karena dipilih responden secara acak maka juga bisa mendeskripsikan bahwa pengakuan adanya penggunaan internet yang setiap hari ini juga terjadi pada sebagian besar lapisan masyarakat yang mengikut instagram @satupersen ini.

Dalam menggambarkan lama waktu penggunaan media sosial, dapat diketahui bahwa data tertinggi responden dengan persentase sebesar 69,6% mengaku menggunakan media sosial lebih dari satu jam. Ada pula yang menempati posisi kedua tertinggi yaitu sebanyak 20,6% responden mengaku menggunakan media sosial setiap waktu. Sedangkan responden lainnya 7,8% mengaku menggunakan media sosial sekitar 1 jam dan 2% menggunakan media sosial kurang dari 1 jam.

Temuan ini dapat membuktikan bahwa sebagian besar para pengikut @satupersen merupakan orang yang cukup intens dalam menggunakan media sosial. Meskipun data tertinggi responden yang memilih penggunaannya lebih dari satu jam jauh lebih tinggi dari responden yang memilih

menggunakannya pada setiap waktu, ini mengartikan bahwa mayoritas pengikut @satupersen adalah tipe orang yang tetap membatasi waktunya dalam penggunaan media sosial.

Dari data yang berhasil dihimpun itu, sejumlah 50 responden dengan mengaku lebih sering menggunakan media sosial Instagram. Kemudian, disusul pada posisi kedua yaitu dengan persentase sebanyak 39% responden yang lebih banyak menggunakan Whatsapp. Adapula data lainnya yang menyebutkan dimana sebanyak 7,8% intens pada penggunaan media sosial Twitter dan 2% pengguna Line dan 2% Facebook.

Hasil data ini hampir memiliki kesamaan dengan kutipan sebelumnya yang diambil dari data statistik infografis pada salah satu portal berita yang menjelaskan bahwa instagram memiliki engagement yang cukup tinggi dan masuk dalam tiga teratas pengguna media sosial. Namun, pada temuan data dari para pengikut @satupersen memiliki perbedaan. Perbedaannya ada pada pengakuan penggunaan WhatssApp yang berada dibawah instagram.

Pada tabel 1 tergambar bahwa para responden atau yang tidak lain merupakan pengikut instagram @satupersen, memiliki suara mayoritas sebanyak 66,6% yang mengaku menggunakan instagram dalam mencari informasi. Kemudian, pada posisi kedua yaitu pada penggunaan Twitter sebesar 24,5% dari jumlah total responden. Selain itu, sebanyak 2,9% lainnya lebih memanfaatkan

facebook sebagai media untuk menggali informasi. Juga 2% menggunakan Line dan 1% menggunakan WhatsApp.

Ini semakin membuktikan bahwa media sosial Instagram memang betul memiliki kedekatan dengan para pengikut akun instagram @satupersen. Dari data ini pula juga menjelaskan meskipun subjek yang diteliti adalah instagram @satupersen bukan berarti semua pengikutnya adalah yang menggunakan instagram sebagai alat untuk mendapatkan informasinya.

Tabel 2 menjelaskan mayoritas responden mencari informasi yang diperlukannya dengan melihat artikel dengan persentase sebesar 39,2%. Juga diposisi berikutnya ada berita yang memiliki suara sebesar 25,5% dan Video sebesar 24,5%. Sedangkan lainnya memilih bentuk lain dalam penyampaian informasi dan atau kombinasi dari bentuk-bentuk lainnya.

Secara prinsip, sebetulnya instagram merupakan media sosial yang lebih mengedepankan postingan visual dibanding jenis lainnya. Walaupun bisa saja untuk menambahkan deskripsi atau narasi yang panjang di bawah visual yang diunggah. Pada temuan ini ada sedikit ketidaksesuaian dimana data sebelumnya menjelaskan bahwa instagram adalah media sosial yang sering digunakan dalam pencarian informasi. Namun, pada data ini justru visual yang menjadi karakter instagram memiliki jumlah suara yang lebih rendah, seperti foto dengan suara sebanyak 1, konten 1, dan kombinasi-kombinasi, walaupun

ada juga diposisi ketiga terbesar yaitu sejumlah responden yang lebih mencari informasi dengan menonton video.

Temuan tersebut merupakan pengukuran yang dikumpulkan terhadap para pengikut akun instagram @satupersen. Ditemui pada 102 kuesioner yang berhasil dihimpun, terdapat nilai skor minimum sebesar 30 dan maksimal 58. Adapun rerata skor dari temuan tersebut sebesar 44.08. Dari data ini pula terdapat variasi/ragam data sebesar 35.678. Pun data ini memiliki standar deviasi sebesar 5,975 dan standar error sebesar 0,591.

Dengan banyaknya sebaran variasi ini, menandakan setiap responden memiliki perspektifnya masing-masing terhadap konten dan ketertarikannya dengan akun instagram @satupersen. Dimana perspektif ini berbeda antara satu dengan yang lainnya. Selain itu, posisi rata-rata berdasarkan hasil statistik yang ditemukan hampir nyaris berada di rentang tengah antara score minimal dan maksimalnya. Padahal, untuk score paling minimal yang bisa dipilih oleh responden pada 18 instrumen yang ada adalah 1 untuk setiap masing-masing instrumen atau sama dengan 18 total score minimum. Sedangkan untuk skor maksimalnya adalah 4 atau 72 totalnya. Adapun angka maksimal dari data ini sebesar 58 masih memiliki jarak yang cukup jauh dari maksimal score yang sebenarnya bisa dicapai. Apalagi jika dibandingkan dengan rerata yang memiliki nilai 44,08 dimana makin jauh dengan angka maksimal yang bisa diraih. Ini menandakan bahwa sejatinya mayoritas responden aktif dan

memiliki ketertarikan dengan @satupersen tapi bukan pada ketertarikan yang sangat atau bisa dikatakan cukup tertarik/ tertarik saja.

Sebetulnya, akun instagram @satupersen dibentuk pada tahun 2019 dan merupakan platform yang menyediakan informasi, serta memfokuskan pada topik kehidupan sekolah. Meskipun pembahasannya mengenai kehidupan di sekolah, namun platform ini menekankan lebih pada penyampaian bahasan yang mungkin tidak akan didapatkan seseorang saat ada di bangku sekolah. Sebenarnya kita itu lifeschool. Sedangkan, kesehatan mental adalah salah satu topiknya, jd salah satu aspek yg penting dalam kehidupan adalah mental health dan kebetulan itu ngga diajarin di sekolah.

Temuan ini juga memberikan penjelasan bahwa walaupun pada data yang berhasil dihimpun mayoritas responden tidak sangat tertarik dengan konten kesehatan mental yang disediakan oleh platform instagram @satupersen, bisa dimungkinkan bahwa ketertarikan para pengikut @satupersen tidak hanya pada pembahasan itu saja. Karena, konten-konten kesehatan mental yang disediakan @satupersen itu sebetulnya merupakan rangkaian dari pesan dan topik dalam topik utamanya. Sehingga, platform @satupersen memiliki banyak topik lain yang masih masuk dalam topik lifeschool.

Adapun, dalam wawancara dengan Ifandi Khainur Rahim (mas Evan) selaku founder dari @satupersen, disebutkan bahwa platform-nya memiliki tujuan untuk

mengajarkan audience-nya melengkapinya kehidupan dan cara dalam menjalani kehidupan yang seutuhnya, khususnya pada pelajaran yang tidak ada di sekolah. Selain itu, ia juga ingin audience @satupersen peduli mengenai kurikulum yang dibuat oleh @satupersen itu sendiri.

Kita pengen ngajarin semua orang gimana caranya untuk hidup seutuhnya. Cara mencapainya adalah kita percaya bahwa dengan ngajarin hal-hal penting dalam hidup yang sekarang belum diajarin di sekolah. Kenapa Satu Persen ada? karena kita pengen semua orang aware tentang kurikulum kita, kurikulum kita bisa diakses di satupersen.net. (jelas Ifandi Khainur Rahim dalam percakapannya dengan penulis 10 Juli 2021)

Dalam hal ini @satupersen memposisikan dirinya sebagai sekolah, meski topik pembahasannya adalah di luar dari kurikulum yang ada di sistem pembelajaran di sekolah formal pada umumnya. Tapi, pernyataan tersebut yang kemudian dapat menjawab dan menjelaskan mengapa platform @satupersen ini sering beriklan atau memberikan informasi seputar webinar dan kelas-kelasnya. Adapun, dalam proses pengunggahan setiap konten yang ada pada akun instagram @satupersen, penyusunannya sebenarnya memiliki strategi tertentu. Pesan yang diambil pun disusun dengan melakukan pendekatan emosional dengan para audience-nya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan para

pengikut aktif dan terjadi respon pesan dari audience terhadap setiap konten yang diunggahnya. Juga untuk menarik perhatian pengikut untuk aktif dan mendorong orang-orang yang belum mengikuti akun @satupersen. Konsep ini dapat dicontohkan seperti ketika akan mencari engagement dari para followers atau masyarakat pengguna instagram, @satupersen akan memberikan unggahan konten yang lebih kreatif. Karakteristik dari konten ini hangat dan dekat dengan masyarakat itu sendiri, misalnya mengunggah satu topik informasi yang dibuat dalam bentuk meme.

“Biasanya kita yang menarik itu pake meme gitu ya dan interaksi juga bisa pake meme sih. jadi kita ambil meme terkini kita coba publish biasanya like nya banyak dan komennya banyak gitu, kemarin meme dangdut yang terakhir banyak juga like sama komennya. Inovasi dasarnya dibentuk sebagai start up, kita membentuk sprint setiap dua minggu sekali dan pasti ada inovasi baru tiap dua minggu sekali minimal ya... tapi inovasi bisa terjadi kapan aja sih.” (tutur Founder Satu Persen itu dalam percakapannya dengan penulis 10 juli 2021)

Dalam mempertahankan sebuah platform @satupersen untuk menarik engagement yang tinggi, founder berusaha selalu dekat dengan para pengikutnya di instagram dengan mengunggah video dan question box di instastory, hingga direct

message ke pengikut dari @satupersen jika mereka menanggapi postingan yang telah diunggah di instagram.

Kita pake direct engagement lewat chat, kita pake story, video, banyak ya sebenarnya. Semua fitur ig kita pakai mulai dari yang jarang dipakai sampai ke story gitu (tambah Founder satupersen yang kerap di sapa Evan itu pada percakapannya dengan penulis 10 Juli 2021)

Internet sejatinya tidak hanya dihasilkan dari sebuah perangkat keras atau sistem. Budaya yang ada di internet juga berhubungan dengan banyak element lain seperti, internet service providers, pengembang aplikasi, perangkat lunak, pengembang situs, kontributor yang terlibat langsung dan juga pengguna itu sendiri. Adapun tombol like dan follow pada suatu sosial media merupakan pemaknaan dari seseorang yang menyukai atau tertarik terhadap topik yang dipublikasikan. Baik itu dalam bentuk komentar, status, dan lainnya (Nasrullah, 2016).

Seperti halnya pada penelitian ini. Konten-konten yang disajikan oleh akun instagram @satupersen tidak lepas dari bagaimana para owner dan pemegang akun membentuk pesan yang ingin mereka sampaikan kepada audience. Strategi-strategi yang mereka bentuk dan gunakan adalah tidak lain untuk mendapatkan engagement atau ketertarikan orang terhadap akun dan postingan mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Robbins dan Jones, dimana hal yang vital bagi

komunikasi persuasif adalah menyusun dan mengatur pesan agar pesan yang disampaikan mendapatkan timbal balik berupa respons yang diinginkan (Hadhinoto & Oktavianti, 2019).

Adapun menurut sebuah studi tipe posting juga memengaruhi online engagement. Salah satu yang dinilai signifikan adalah event. Event yang dimaksud adalah waktu unggah konten yang bisa dilakukan atau diukur berdasarkan jam, hari, bulan, atau bahkan tahun. Strategi-strategi yang demikian perlu dipertimbangkan sehingga mendapatkan “like” dan followers yang terus meningkat (Santoso, 2017).

Tak berhenti disitu strategi dalam mengunggah suatu konten juga perlu diperhatikan hal ini karena sebuah konten atau pesan yang diunggah ke media sosial dapat menimbulkan persepsi berbeda-beda bagi pengguna lainnya. Akibatnya, bisa terjadi “pertarungan makna” atas realitas dari sikap penduduk dunia maya, dimana hal ini akan terus terjadi (Wazis, 2017). Sehingga, kebaruan dan kedekatan dari budaya internet yang dibangun pada platform @satupersen apabila tidak memperhatikan strategi penyampaian pesan, maka bisa jadi membentuk sebuah lingkup komunitas sendiri yang kemudian memiliki bahasannya masing-masing. Diskusi dan pertarungan ini bisa muncul pada setiap kolom komentar dari setiap topik yang diunggah oleh akun instagram @satupersen. Dimana topik kesehatan mental adalah salah satu dari topik yang sebenarnya digaungkan oleh @satupersen.

Keberadaan media sosial sendiri tidak lain adalah bagian dari hasil kerja komputer, namun media sosial merupakan sesuatu yang kemudian dapat mengubah perilaku manusia. Kehadiran media sosial mempermudah suatu hubungan komunikasi. dimana relasi pertemanan dapat dilakukan dimana saja. Melalui medium digital yang dioperasikan melalui situs-situs jejaring sosial, tanpa kontak langsung secara fisik dengan pengguna lainnya terbentuklah suatu realitas baru (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Realitas yang bersifat augmented dan maya yang harus diadaptasi dan diintegrasikan. Ini menandakan bisa saja terjadi suatu realitas dunia maya yang dibangun di media sosial tidak sama dengan kenyataan yang ada. Misalnya pada fenomena media sosial dimana marak akun-akun pengguna media sosial yang dengan sengaja memasang foto profil bukan dirinya, atau tidak menyertakan foto profil, dan bahkan ada pula sebuah akun yang tidak menjelaskan identitas yang jelas. Sehingga, media sosial bisa disebut telah menjadi realitas itu sendiri, bahkan apa yang di dalamnya justru lebih real dan actual (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Namun, kondisi budaya realitas dunia maya yang demikian, kemudian dapat menjelaskan adanya temuan dari para followers @satupersen yang sejatinya tidak sangat tertarik dengan konten mental health yang dibagikan oleh instagram @satupersen. Padahal para responden yang dipilih adalah mereka

yang mengikuti akun instagram @satupersen. Ini menandakan bahwa aktivitas seseorang dalam dunia sosial media untuk kemudian mengikuti atau memberikan like pada suatu postingan belum tentu menandakan keseriusannya dan ketertarikannya pada topik tersebut.

Dari temuan-temuan tersebut, peneliti dapat menjawab mengenai perspektif para followers instagram @satupersen terhadap konten yang disajikan pada media sosial tersebut. Dengan melakukan dialog kritis kepada CEO dan studi analisis kasus dengan metode penyebaran kuesioner ini, ditemukan sebuah gambaran bahwa ketertarikan para followers instagram @satupersen kepada konten mental health bukanlah pokok utama yang dicari dengan mengikuti dan secara aktif berkontribusi dalam postingan atau kegiatan yang diadakannya. Meskipun sejatinya pengikut instagram @satupersen sampai saat ini terus mengalami peningkatan, nampaknya para followers ini tidak hanya terfokus pada pembahasan itu saja (mental health). Hal ini persis pada temuan dimana keaktifan mereka kurang dari pengukuran yang telah dilakukan. Berdasarkan pengukuran yang ada, mayoritas dari para pengikut instagram @satupersen memang tergolong pada ketertarikannya dengan platform ini, namun tidak terlalu aktif dalam menanggapi setiap kegiatan yang dibagikan atau diadakan oleh instagram @satupersen.

Tabel 1. Media Sosial yang digunakan untuk mencari Informasi

Media	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Valid Facebook	3	2.9	2.9	2.9
Instagram	71	69.6	69.6	72.5
Line	2	2	2	74.5
Twitter	25	24.5	24.5	99
Whatsapp	1	1	1	100
Total	102	100	100	

Sumber : Hasil olah data peneliti

Tabel 2. Bentuk Informasi yang sering dilihat dalam mencari informasi

Jenis Konten	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Valid Artikel	40	39.2	39.2	39.2
Artikel, konten edukasi	1	1	1	40.2
Berita	26	25.5	25.5	65.7
Dress, wo, fotografi	1	1	1	66.7
Edukasi	1	1	1	67.6
Foto	1	1	1	68.6
Gabungan dari berita	1	1	1	69.6
Kombinasi	1	1	1	70.6
Konten	1	1	1	71.6
Postingan	1	1	1	72.5
Sebenarnya YT & pint	1	1	1	73.5
Semua	1	1	1	74.5
Thread	1	1	1	75.5
Video	25	24.5	24.5	100
Total	102	100	100	

Sumber : Hasil olah data peneliti

SIMPULAN DAN SARAN

Dari pemaparan diatas, dapat ditarik simpulan bahwa para pengikut @satupersen merupakan orang yang menggunakan internet setiap harinya dan media sosial yang biasa digunakan adalah instagram. Bahkan, instagram ini juga dipercayai dan biasa digunakan para pengikut @satupersen dalam mencari informasi baik yang bersifat umum dan bahkan pada topik kesehatan mental. Namun, pada realitas maya yang ada aktivitas para followers instagram @satupersen belum tentu mengindikasikan ketertarikan penuh pada konten yang diunggah @satupersen. Nyatanya,

pada perspektif masing-masing pengikut instagram @satupersen, ditemukan beberapa pandangan yang berbeda-beda terkait konten yang diunggah @satupersen mengenai topik kesehatan mental yang sebagian besar tertarik namun bukan dalam ukuran sangat pada bahasan tersebut. Adapun pengakuan followers @satupersen bahwa pada konsumsi media sosial, para responden dapat membagi waktunya untuk tidak menghabiskannya pada saat menggunakan media sosial saja. Strategi @satupersen untuk mendapatkan respon aktif dan engagement adalah dengan penyusunan pesan dan pendekatan emosional terhadap tren

dan ketertarikan audience-nya. Pesan yang diunggah merupakan pesan yang dikemas secara kreatif.

Saran untuk penelitian ini, penulis berharap peneliti selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih spesifik pada responden untuk mencari tahu alasan dibalik sikap dan tindakannya terhadap konten kesehatan mental dan hubungannya dengan penggunaan sosial media ini. Termasuk didalamnya menyangkut penjelasan lebih dalam tentang alasan-alasannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*, 9(1), 140–157. <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>
- Department of Health & Human Services. (2020). *What Is Mental Health?* [Www.Mentalhealth.Gov](http://www.mentalhealth.gov).
- <https://www.mentalhealth.gov/basics/what-is-mental-health>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Universitas Diponegoro.
- Hadhinoto, P. S., & Oktavianti, R. (2019). Komunikasi Persuasif Tentang Kesehatan Mental Melalui Komik Digital (Studi pada Akun Instagram @petualanganmenujesuatu). *Prologia*, 3(2), 334–341.
- Irso. (2021). *Dukung Telemedicine, Kominfo Gandeng Operator Seluler Jaga Kualitas Layanan*. [Kominfo.Go.Id. https://kominfo.go.id/content/detail/35541/dukung-telemedicine-kominfo-gandeng-operator-seluler-jaga-kualitas-layanan/0/berita_satker](https://kominfo.go.id/content/detail/35541/dukung-telemedicine-kominfo-gandeng-operator-seluler-jaga-kualitas-layanan/0/berita_satker)
- Kemp, S. (2021). *WhatsApp is the World's Favorite Social Platform (And Other Facts)*. [Blog.Hootsuite.Com. https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/](https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/)
- Mth. (2020). *Terjadi Pergeseran Penggunaan Internet selama Masa Pandemi*. [Kominfo.Go.Id. https://kominfo.go.id/content/detail/26060/terjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi/0/berita_satker](https://kominfo.go.id/content/detail/26060/terjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi/0/berita_satker)
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.

- <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Naslund, J. A., Bondre, A., orous, J. T., & Aschbrenner, K. A. (2020). Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Practice. *J Technol Behav Sci*, 5(3), 245–257. doi: 10.1007/s41347-020-00134-x
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenadamedia Grup.
- Pratama, B. A., & Sari, D. S. (2020). Dampak Sosial Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Berupa Sikap Apatitis di SMP Kabupaten Sukoharjo. *Gaster*, 18(1), 65. <https://doi.org/10.30787/gaster.v18i1.487>
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2017). Are Self-Presentation Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear Of Missing Out? *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 21(2), 70. <https://doi.org/10.7454/mssh.v21i2.3502>
- SAMHSA. (2023, April 24). *What is Mental Health?* SAMHSA. <https://www.samhsa.gov/mental-health>
- Santoso, A. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 50–54.
- Sharma, M. K., John, N., & Sahu, M. (2020). Influence of social media on mental health: a systematic review. *Current Opinion in Psychiatry*, 33(5), 467–475. <https://doi.org/10.1097/YCO.0000000000000631>
- Sikumbang, A. T. (2017). TEORI KOMUNIKASI (Pendekatan , Kerangka Analisis dan Perspektif). *Analytica Islamica*, 6, 77–85.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tim Riskesdas 2018. (2019). *Laporan Nasional RISKESDAS 2018*. http://labdata.litbang.kemkes.go.id/images/download/laporan/RKD/2018/Laporan_Nasional_RKD2018_FINAL.pdf
- Unit PKRS. (2020). *Kesehatan Jiwa di Masa Pandemi COVID-19, Makin Terancam*. Rsupsoeradji.Id. <https://rsupsoeradji.id/kesehatan-jiwa-di-masa-pandemi-covid-19-makin-terancam/>
- Wazis, K. (2017). PERTARUNGAN PERSEPSI BUDAYA MAYA DALAM MASYARAKAT DIGITAL. *Mediakom*, 1(1), 283. <https://fikom.gunadarma.ac.id/mediakom/index.php/mediakom/article/download/1/1>