

## Efektivitas *Digital Storytelling* Youtube “Satu Persen - Indonesia Life School” Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Mental

Mutia Agustina<sup>1</sup>, Abdul Fadli Kalaloi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, mutiaagustina@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, Fadkalaloi@telkomuniversity.ac.id

### **Abstract**

*Changes in the environment and lifestyle suddenly can trigger mental health problems, especially for people who are unfamiliar with mental health awareness. Socialization related to mental health awareness and mental health education in this digital era is widely available on new media such as YouTube. YouTube channel “Satu Persen – Indonesia Life School” is a YouTube channel that has content discussing mental health literacy. This study aims to find out how effective digital storytelling on the YouTube channel “Satu Persen - Indonesia Life School” is in increasing mental health literacy among its subscribers. The type of research used is quantitative research with survey methods. The population of this study is the subscribers of the YouTube channel “Satu Persen - Indonesia Life School” with a sample size of 100 people. The results of the study show that the effectiveness of digital storytelling in increasing mental health literacy is 63.2%. It can be said that the digital storytelling of the YouTube channel “Satu Persen – Indonesia Life School” is effective in increasing the mental health literacy of its subscribers.*

*Keywords-effectiveness, digital storytelling, youtube, mental health literacy*

### **Abstrak**

Perubahan lingkungan dan pola hidup secara tiba-tiba dapat memicu masalah kesehatan mental terutama bagi masyarakat yang awam tentang kesadaran kesehatan mental. Sosialisasi berkaitan tentang kesadaran kesehatan mental dan edukasi kesehatan mental di era digital seperti ini banyak tersedia di media baru seperti youtube. Kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” merupakan salah satu kanal youtube yang memiliki konten pembahasan tentang literasi kesehatan mental. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas *digital storytelling* kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” dalam meningkatkan literasi kesehatan mental pada *subscribarnya*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian ini adalah *subscriber* kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” dengan jumlah sampel 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas *digital storytelling* dalam meningkatkan literasi kesehatan mental sebesar 63,2%. Dapat dikatakan bahwa *digital storytelling* kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” efektif dalam meningkatkan literasi kesehatan mental *subscribarnya*.

Kata kunci-efektivitas, *digital storytelling*, youtube, literasi kesehatan mental

## I. PENDAHULUAN

Sejak pandemi COVID-19, Pemerintah menetapkan aturan-aturan baru untuk mencegah penyebaran virus seperti pemberlakuan pembelajaran jarak jauh, pembatasan sosial, penggunaan masker, menjaga jarak satu sama lain, pengurangan kuota tempat publik hingga kebiasaan untuk selalu mencuci tangan. Dalam artikel yang diterbitkan oleh Kemenkes, Juru bicara penanganan COVID-19, Achmad Yurianto menyatakan aturan tersebut memunculkan tatanan, kebiasaan, dan perilaku baru yang berdasarkan pada adaptasi masyarakat untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat yang dinamakan “*new normal*” (dalam Kemenkes, 2020).

Kebiasaan hidup yang berubah secara drastis ini dapat memunculkan berbagai masalah baru terutama bagi masyarakat yang belum siap untuk melakukan perubahan. Salah satu masalah yang dapat timbul adalah kesehatan mental. Hal ini disebabkan karena kesadaran tentang kesehatan mental di masyarakat masih rendah. Ketika

dihadapkan dengan pola hidup baru dan tekanan, masyarakat harus dapat beradaptasi dengan baik namun pada kenyataannya masih banyak yang gagal beradaptasi dan menimbulkan masalah kesehatan mental.

Menurut Persatuan Dokter Spesialis Kesehatan Jiwa Indonesia (PDSKJI), masalah psikologis meningkat selama dua tahun pandemi COVID-19. Pada tahun 2020, masalah kesehatan mental adalah sebanyak 70,7% kemudian meningkat hingga 80,4% pada tahun 2021 dan data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2022 masalah kesehatan mental adalah sebanyak 82,5%. Masalah kesehatan mental terus meningkat terutama pada generasi muda. Kelompok usia 20-30 tahun menduduki peringkat tertinggi yang mengalami masalah kesehatan mental. Masalah kesehatan mental yang sering dirasakan adalah kecemasan, depresi, trauma psikologis, dan pemikiran bunuh diri (*suicidal thought*). Perubahan lingkungan dan pola hidup secara tiba-tiba dapat memicu masalah kesehatan mental terutama bagi masyarakat yang awam tentang kesadaran kesehatan mental.

Dalam mengatasi masalah kesehatan mental, sosialisasi berkaitan tentang kesadaran kesehatan mental dan edukasi kesehatan mental di era digital seperti ini banyak tersedia di media baru dalam berbagai platform. Media baru yang paling sering digunakan oleh masyarakat saat ini adalah media sosial seperti youtube. Youtube merupakan sebuah media sosial yang berbasis dalam *video-sharing* yang menyediakan berbagai macam jenis informasi yang dapat diakses oleh khalayak. Kanal youtube yang terus bermunculan mengakibatkan persaingan yang cukup ketat sehingga *content creator* harus bisa memilih topik dan penyampaian yang unik. Salah satu teknik yang digunakan oleh *content creator* untuk menyampaikan konten adalah *storytelling*. Christin dkk (2021:1) menyatakan bahwa *storytelling* merupakan proses seseorang menyampaikan sebuah cerita yang dapat disampaikan melalui gambar, video, tulisan, maupun lisan.

Sosialisasi dan edukasi tentang literasi kesehatan mental merupakan salah satu topik yang mulai banyak dibahas. Terdapat kanal-kanal youtube yang menyebarkan informasi tentang kesehatan mental. Kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” memiliki berbagai macam konten tentang literasi kesehatan mental seperti kemampuan dasar kehidupan, pemahaman diri, hubungan sosial, produktivitas, dan makna hidup. Selain itu, “Satu Persen – Indonesia Life School” juga memiliki konten yang mempelajari tentang *personal finance* dan karir. Konten yang disajikan oleh Satu Persen memiliki berbagai macam bentuk seperti webinar, video singkat dengan narator, dan video *storytelling* yang menarik dengan menambahkan ilustrasi melalui animasi dan cuplikan video atau film.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk melihat seberapa efektif konten-konten literasi kesehatan mental yang disajikan dalam berbagai pembahasan dapat memberikan informasi yang baik terkait dengan literasi kesehatan mental terhadap para *subscriber* dan penontonnya. Peneliti akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan survei menggunakan teori *digital storytelling* yang dikemukakan oleh Joe Lambert (2003) yang mengungkapkan bahwa *storytelling* tentang pembuatan sebuah cerita yang dapat berisi keinginan, perjuangan, pencapaian, inspirasi, dan dapat disajikan kedalam presentasi multimedia adalah *digital storytelling*. Lambert mengemukakan bahwa elemen *digital storytelling* terdiri dari tujuh komponen yaitu sudut pandang, pertanyaan dramatis, konten emosional, pemberian suara, kekuatan *soundtrack*, keringkasan, dan tempo (Lambert, 2006). Dengan tujuh elemen *digital storytelling* yang dikemukakan oleh Joe Lambert, peneliti akan menganalisis seberapa besar efektivitas *digital storytelling* kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” dalam meningkatkan literasi kesehatan mental *subscribarnya*.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Komunikasi

Menurut Harold Laswell (dalam Roudhonah, 2019:23), komunikasi dapat diartikan sebagai “*who says what in which channel to whom with what effect*”. Menurut Roudhonah (2019), fungsi komunikasi dapat diartikan sebagai kegunaan komunikasi. Pada umumnya, fungsi komunikasi memiliki empat fungsi, antara lain:

1. *Mass information*: Komunikasi digunakan untuk mengirim dan menerima informasi
2. *Mass education*: Komunikasi digunakan sebagai sarana pendidikan
3. *Mass persuasion*: Komunikasi digunakan untuk mempengaruhi
4. *Mass entertainment*: Komunikasi digunakan untuk hiburan

### B. New Media

Media baru dapat didefinisikan sebagai perkembangan teknologi komunikasi massa digital atau komunikasi berbasis internet dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia maya. Mcquail (dalam Varenia & Phalguna, 2022) mengemukakan bahwa media baru atau *new media* sebagai tempat seluruh pesan komunikasi

terdesentralisasi. Pesan dapat disalurkan melalui satelit, penggunaan jaringan kabel, komputer, dan internet. Media baru memiliki perbedaan yang sangat mencolok dibandingkan media konvensional. Media baru memiliki respons pengguna yang tinggi karena terdapat interaksi sosial secara langsung antara pengirim dan penerima pesan. Selain itu tingkat kebebasan pengguna media, tingkat kesenangan, privasi yang tinggi, dan menariknya media menjadi faktor yang membedakan media baru dan media konvensional.

### C. Efektivitas

Efektivitas memiliki persamaan arti dengan keefektifan yang memiliki arti mendapatkan hasil yang maksimal dengan modal yang sedikit. Efektivitas berasal dari bahasa Inggris “*effectivity*” (kata sifat) yang berarti ada efek dan mendapatkan keberhasilan (KBBI, 2022). Efektivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa besar target telah tercapai. Semakin besar persentase target yang dicapai akan meningkatkan efektivitasnya. Apabila tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya telah tercapai maka hal tersebut dapat dikatakan efektif (Hidayat, 1986 dalam Salsabil & Arfa, 2019). Menurut Susanto (dalam Edam dkk, 2018) menyebutkan bahwa efektivitas merupakan daya pesan untuk mempengaruhi atau tingkat kemampuan pesan dalam mempengaruhi. Pesan yang disampaikan akan menghasilkan perubahan sesuai dengan tujuan pesan tersebut. Efektivitas dapat diartikan sebagai suatu pengukuran seberapa besar perubahan yang terjadi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

### D. *Storytelling*

Anderson (2019:9) mengungkapkan bahwa *storytelling* atau bercerita termasuk dalam salah satu jenis komunikasi tertua di dunia. *Storytelling* membangun jembatan antara pencerita dan pendengar sehingga komunikasi dapat terjadi. *Storytelling* membantu menemukan makna dari pengalaman atau penjelasan yang sulit dimengerti karena pencerita maupun pendengar menggunakan imajinasi dan hati untuk menggambarkan dan memaknai suatu kejadian. Secara istilah, *storytelling* merupakan sebuah teknik komunikasi yang menekankan pada cerita. *Storytelling* biasanya digunakan untuk mengkomunikasikan suatu kejadian atau peristiwa tertentu yang menggunakan gambar, foto, atau video yang didampingi oleh narasi penuturan verbal untuk menceritakan sebuah cerita (Miller & Edwards, 2007 dalam Cahyani & Widianingsih, 2020).

### E. Efektivitas *Digital Storytelling*

*Digital storytelling* dapat diartikan sebagai suatu praktik yang menggabungkan narasi dengan konten audio dan visual digital untuk membuat sebuah film yang memiliki durasi 3 hingga 5 menit. Konten digital tersebut biasanya berisi komponen reflektif, emosional, dan pribadi yang kuat (Lambert & Hessler, 2018). Davey dan Benjaminsen (2021) menyatakan bahwa cerita digital yang efektif tidak berfokus pada aspek teknis, melainkan dari keselarasan narasi, audio, dan visual. Keselarasan tersebut yang akan merangsang khalayak untuk berimajinasi, merefleksikan, dan memahami cerita. Lambert (2006:9) mengungkapkan bahwa *digital storytelling* dapat dikatakan efektif jika memiliki tujuh elemen berikut:

#### 1. Sudut Pandang

*Point of view* atau sudut pandang dapat dideskripsikan sebagai tema utama, isu atau inti dari sebuah cerita dari perspektif pembuat cerita atau pencerita.

#### 2. Pertanyaan Dramatis

*Dramatic question* atau pertanyaan dramatis dikembangkan untuk mempertahankan perhatian pendengar dari cerita dimulai hingga akhir. Pertanyaan dramatis biasa digunakan untuk membuat khalayak bingung, muncul rasa ingin tahu, atau khawatir tentang masalah yang dibahas dalam cerita digital.

#### 3. Konten Emosional

*Emotional content* atau konten emosional dapat diartikan sebagai rasa yang pembuat cerita alami terkait dengan cerita digital.

#### 4. Pemberian Suara

*Gift of voice* dapat diartikan sebagai pemberian suara yang berfungsi untuk menceritakan alur cerita digital. Pencerita akan berkomunikasi dengan pendengar melalui narasi yang diucapkan diiringi dengan gambar dan suara lainnya.

### 5. Kekuatan *Soundtrack*

*The power of soundtrack* yang dimaksud adalah kekuatan *soundtrack* untuk memperluas pemahaman penonton terhadap cerita.

### 6. Keringkasan

Cerita digital tidak memuat data, konten tekstual, gambar, dan efek khusus yang berlebihan. Komunikasi yang efektif dapat dilakukan dengan informasi yang tepat, jelas, dan singkat. Cerita digital dapat diilustrasikan secara efektif dengan beberapa gambar dan klip video.

### 7. Tempo

Tempo cerita yang digunakan menyesuaikan dengan makna pesan yang ingin dikomunikasikan oleh pencerita.

## F. Literasi Kesehatan Mental

Literasi kesehatan mental dapat didefinisikan sebagai wawasan dan kepercayaan tentang gangguan mental untuk membantu dalam mengidentifikasi, mengelola, dan mencegah gangguan mental (Jorm, 1997). Konsep tersebut kemudian disempurnakan oleh Jorm (2012) yang menyebutkan bahwa literasi kesehatan mental meliputi pengetahuan untuk mencegah gangguan mental, mengidentifikasi waktu gangguan mental muncul, bantuan yang tersedia, strategi menolong diri sendiri (*self-help*) yang efektif, serta keterampilan untuk memberikan pertolongan kepada orang lain yang mengalami gangguan mental maupun yang mengalami krisis. Jorm (2012) mengemukakan bahwa literasi kesehatan mental terdiri dari beberapa komponen berikut, yaitu:

#### 1. Pengetahuan Pencegahan Gangguan Mental

Pengetahuan tentang bagaimana mencegah gangguan mental diperlukan oleh setiap orang. Pencegahan berfungsi untuk menghindari munculnya gangguan mental pada diri.

#### 2. Rekognisi Perkembangan Gangguan Mental

Rekognisi atau pengakuan kapan gangguan mental berkembang dapat digunakan untuk mengidentifikasi gangguan mental yang dialami dan menggambarkan apa yang dirasakan atau dialami oleh seseorang sehingga orang tersebut dapat mencari pertolongan yang sesuai.

#### 3. Pengetahuan *Help-seeking* dan Perawatan

Pengetahuan tentang berbagai pencarian bantuan atau perawatan yang ada dapat membantu seseorang yang memiliki gangguan mental. Pengetahuan tersebut dapat membantu gangguan mental dapat diatasi sebelum menjadi lebih buruk.

#### 4. Pengetahuan Strategi *Self-help*

Pengetahuan tentang *self-help* atau menolong diri sendiri merupakan suatu hal yang penting karena hanya sedikit orang yang memenuhi kriteria diagnostik untuk gangguan mental yang mencari bantuan profesional. Strategi *self-help* dapat digunakan oleh seseorang untuk mengatasi permasalahan gangguan kesehatan mental yang dialami.

#### 5. Kemampuan Menolong Orang Lain

Literasi kesehatan mental tidak hanya penting untuk menjaga kesehatan mental seseorang tetapi juga sebagai kapasitas untuk mendukung orang lain yang memiliki masalah kesehatan mental. Pertolongan pertama kesehatan mental (*Mental health first aid*) merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk merujuk pada bantuan yang diberikan kepada seseorang yang mengalami gejala gangguan mental, masalah kesehatan mental yang semakin buruk, atau dalam krisis kesehatan mental.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang menggunakan pola pikir positivisme sebagai landasannya. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data dan analisis data menggunakan statistik untuk menguji hipotesis yang

telah ditetapkan (Sugiyono, 2019:16-17). Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang akan digunakan adalah skala Likert 5 tahap. Skala Likert digunakan dalam pengukuran yang berkaitan dengan sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditentukan oleh peneliti atau yang akan dijadikan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2019:146). Populasi dalam penelitian ini adalah *subscriber* youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” yang berasal dari Indonesia sebanyak 2.190.000. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Yamane dengan sampling error 10%, jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 99,99 yang dibulatkan menjadi 100 orang.

Jenis teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling kuota. Sampling kuota merupakan teknik menentukan sampel dari populasi yang merepresentasi atau memiliki karakteristik tertentu sampai jumlah (kuota) yang diharapkan (Sugiyono, 2019). Kriteria sampel penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Sampel adalah *subscriber* kanal Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School”.
2. Sampel telah menonton video kanal Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” tentang Literasi Kesehatan Mental.
3. Sampel memiliki intensitas menonton video kanal Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” tentang Literasi Kesehatan Mental.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, koefisien korelasi, regresi linear sederhana, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Satu Persen – Indonesia Life School merupakan sebuah kanal youtube yang bermula pada Desember 2018. Kanal youtube ini semula dibuat sebagai proyek pribadi pendirinya yaitu Ifandi Khainur Ibrahim (Evan). Hal ini karena Evan memiliki keresahan akan masalah yang terjadi di Indonesia yaitu permasalahan kesehatan mental dan pengembangan diri. Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” memiliki tujuan untuk membuat orang-orang memiliki wawasan untuk mengenali diri sendiri, aktif menyelesaikan masalah, dan mengembangkan *mindset* agar menjadi berdaya. Kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” memiliki berbagai macam konten tentang literasi kesehatan mental seperti kemampuan dasar kehidupan, pemahaman diri, hubungan sosial, produktivitas, dan makna hidup. Selain itu, “Satu Persen – Indonesia Life School” juga memiliki konten yang mempelajari tentang *personal finance* dan karir.

Dalam produksi video, youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” mengangkat topik-topik yang sering terjadi di sekitar kehidupan. Kebanyakan konten video ditargetkan untuk generasi muda yang masih rentan dengan isu sensitif yang mempengaruhi kesehatan mental. Konten yang disajikan oleh “Satu Persen – Indonesia Life School” memiliki berbagai macam bentuk seperti webinar, video singkat dengan narator, dan video *digital storytelling* yang menarik dengan menambahkan ilustrasi melalui animasi dan cuplikan video atau film. Terlansir 31 Oktober 2022, kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” memiliki 645 video dengan sekitar 405 video membahas tentang literasi kesehatan mental.

##### B. Karakteristik Responden

Dari 100 responden, 85% atau 85 orang adalah perempuan dan 15% atau 15 orang lainnya adalah laki-laki. Mayoritas responden berusia 20-25 tahun sebanyak 73 orang. Intensitas menonton responden mayoritas sering sebanyak 64 orang. Secara umum, karakteristik responden penelitian Efektivitas *Digital Storytelling* Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Mental adalah *subscriber* perempuan yang berusia 20-25 tahun yang sering menonton konten *digital storytelling* youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” tentang literasi kesehatan mental.

##### C. Deskripsi Jawaban Responden

Dalam variabel efektivitas *digital storytelling* terdapat tujuh dimensi yaitu sudut pandang, pertanyaan dramatis, konten emosional, pemberian suara, kekuatan *soundtrack*, keringkasan, dan tempo. Hasil penelitian kemudian dimasukkan kedalam garis kontinum untuk mengukur efektivitas tiap dimensi. Untuk dimensi sudut pandang mendapatkan skor total 1307 atau 87% dengan kategori sangat efektif, pertanyaan dramatis mendapatkan skor total 1224 atau 81% dengan kategori efektif, konten emosional mendapatkan skor total 1071 atau 71% dengan kategori efektif, pemberian suara mendapatkan skor total 1322 atau 88% dengan kategori sangat efektif, kekuatan *soundtrack*

mendapatkan skor total 1243 atau 83% dengan kategori efektif, keringkasan mendapatkan skor total 1355 atau 90% dengan kategori sangat efektif, dan tempo mendapatkan skor total 1299 atau 87% dengan kategori sangat efektif.

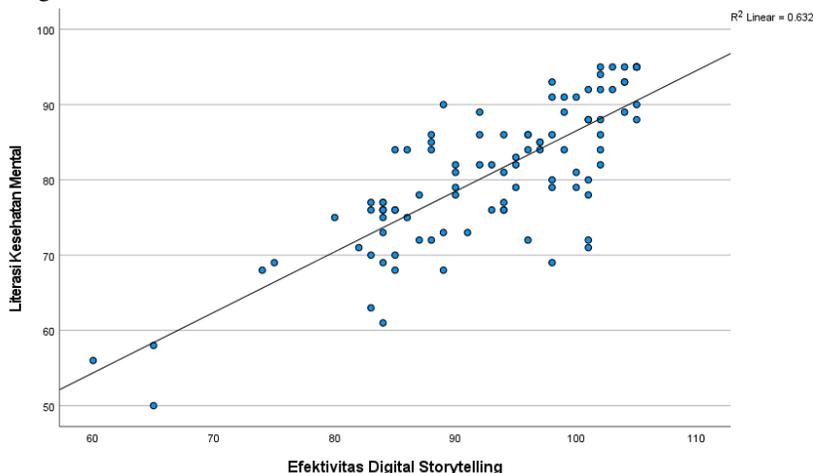
Pada variabel literasi kesehatan mental terdapat lima dimensi yaitu pengetahuan pencegahan gangguan mental, rekognisi perkembangan gangguan mental, pengetahuan *help-seeking* dan perawatan, pengetahuan strategi *self-help*, serta kemampuan menolong orang lain. Hasil penelitian kemudian dimasukan kedalam garis kontinum untuk mengukur efektivitas tiap dimensi. Untuk dimensi pengetahuan pencegahan gangguan mental mendapatkan skor total 1535 atau 77% dengan kategori efektif, rekognisi perkembangan gangguan mental mendapatkan skor total 1067 atau 71% dengan kategori efektif, pengetahuan *help-seeking* dan perawatan mendapatkan skor total 1642 atau 82% dengan kategori efektif, pengetahuan strategi *self-help* mendapatkan skor total 1590 atau 80% dengan kategori efektif, dan kemampuan menolong orang lain mendapatkan skor total 1499 atau 75% dengan kategori efektif.

D. Uji Normalitas

Nilai signifikansi yang diperoleh melalui uji Kolmogorof-smirnov sebesar 0,144. Semua variabel independen dan dependen memiliki nilai signifikansi  $0,144 > 0,05$  sehingga data penelitian berdistribusi normal.

E. Uji Linearitas

Berdasarkan data penelitian diketahui bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* adalah  $0,562 > 0,05$  sehingga variabel efektivitas *digital storytelling* dan literasi kesehatan mental memiliki hubungan linear yang signifikan dan dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Hasil Uji Linearitas  
 Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

F. Koefisien Korelasi

Nilai koefisien korelasi antara variabel efektivitas *digital storytelling* dan variabel literasi kesehatan mental adalah sebesar 0,795. Nilai signifikansi sebesar  $<0,001$  dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Terdapat kriteria ketentuan arah hubungan yang dilihat dari tanda nilai koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi yang didapatkan adalah 0,795 sehingga terdapat hubungan positif antara efektivitas *digital storytelling* dengan variabel literasi kesehatan mental kuat.

G. Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana berfungsi untuk memprediksi estimasi nilai variabel Y (dependen) berdasarkan pada nilai variabel X (independen). Regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi perubahan dalam variabel Y jika terjadi penambahan atau pengurangan nilai dalam variabel X. Diketahui nilai R square atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,632. Hal ini dapat diartikan bahwa efektivitas *digital storytelling* terhadap literasi kesehatan mental adalah sebesar 63,2%. Adapun 36,8% lainnya dalam variabel literasi kesehatan mental yang dapat merubah efektivitas

oleh variabel lain yang tidak diteliti. Nilai R pada tabel diatas diketahui sebesar 0,795, artinya besar hubungan antara variabel efektivitas *digital storytelling* dan literasi kesehatan mental adalah 79,5%.

Angka Constant dari *Unstandarized Coefficient* sebesar 6,143 mengartikan bahwa jika tidak ada efektivitas *digital storytelling* (X) maka nilai konstan dari literasi kesehatan mental (Y) adalah sebesar 6,143. Angka koefisien regresi sebesar 0,804 memiliki arti setiap kenaikan 1% tingkat efektivitas *digital storytelling* sebagai variabel X, maka literasi kesehatan mental sebagai variabel Y meningkat sebesar 0,804. Nilai koefisien regresi bernilai positif, maka variabel X efektivitas *digital storytelling* memiliki hubungan positif terhadap literasi kesehatan mental sebagai variabel Y. Adapun persamaan regresinya sebagai berikut.

$$Y = 6,143 + 0,804 X$$

#### H. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} 12,963 > t_{tabel} 1,660$ . Sesuai dengan kriteria jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat hubungan positif dan signifikan efektivitas *digital storytelling* terhadap literasi kesehatan mental. Dari hasil uji hipotesis tersebut, hasil penelitian sesuai dengan  $H_1$  yaitu *Digital storytelling* Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” efektif dalam meningkatkan literasi kesehatan mental.

#### I. Efektivitas *Digital Storytelling* Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Mental

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, terdapat korelasi yang kuat antara efektivitas *digital storytelling* dan literasi kesehatan mental sebesar 0,795 atau 79,5%. Efektivitas *digital storytelling* terhadap literasi kesehatan mental adalah sebesar 0,632 atau 63,2%. Dalam pengujian hipotesis didapatkan nilai  $t_{hitung} 12,963 > t_{tabel} 1,660$  sehingga  $H_1$  diterima yaitu *Digital storytelling* Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” efektif dalam meningkatkan literasi kesehatan mental.

Dalam variabel efektivitas *digital storytelling*, sub-variabel keringkasan mendapati persentase paling tinggi yaitu 90%. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor yang paling menarik perhatian *subscriber* adalah keringkasan yang digunakan dalam *digital storytelling* Youtube Satu Persen – Indonesia School Life. *Digital storytelling* yang digunakan tidak memuat data yang berlebihan dan terdapat gambar yang dapat mengilustrasikan pesan yang dikomunikasikan oleh pencerita. Hal ini berkaitan dengan karakteristik *subscriber* yang termasuk dalam generasi muda, dapat dikatakan bahwa generasi muda lebih senang menonton video informasi singkat yang menggunakan ilustrasi gambar maupun cuplikan film dibandingkan dengan video panjang yang hanya berisikan kalimat informasi. Sub-variabel konten emosional mendapati persentase paling rendah yaitu 71%. Hal ini dikarenakan pada pernyataan pertama yaitu konten kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” tentang literasi kesehatan mental menggugah emosi saya yaitu 68% artinya “Satu Persen – Indonesia Life School” memberikan literasi kesehatan mental sebagai wawasan dan kurang menggugah emosi *subscriber*.

Pada variabel literasi kesehatan mental, sub-variabel pengetahuan *help-seeking* dan perawatan mendapati persentase paling tinggi yaitu 82%. Hal ini dapat diartikan bahwa literasi kesehatan mental melalui *digital storytelling* yang paling menarik bagi *subscriber* adalah pengetahuan *help-seeking* dan perawatan. Pengetahuan *help-seeking* dan perawatan dapat digunakan untuk mengatasi masalah kesehatan mental yang dialami oleh *subscriber*. Hal ini berkaitan dengan karakteristik *subscriber* yang termasuk dalam generasi muda, dapat dikatakan bahwa generasi muda menyadari bahwa dirinya memiliki masalah kesehatan mental sehingga muncul keinginan untuk mencari pertolongan dan perawatan untuk mengatasi masalah dan menghindari stigma negatif di masyarakat. Sub-variabel rekognisi perkembangan gangguan mental mendapati persentase paling rendah yaitu 71%. Hal ini dikarenakan pada pernyataan ketiga yaitu saya memiliki kemampuan untuk merekognisi kapan munculnya gangguan mental setelah menonton video kanal youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” mendapatkan persentase yang rendah dibandingkan pertanyaan lainnya yaitu 61%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa efektivitas *digital storytelling* dalam meningkatkan literasi kesehatan mental efektif digunakan oleh kanal Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” kepada *subscribarnya*.

#### V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan pendekatan kuantitatif metode survei dengan analisis dekriptif, analisis regresi, dan uji hipotesis terhadap variabel X Efektivitas *Digital Storytelling* dan variabel Y Literasi Kesehatan Mental dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Penelitian menemukan adanya perubahan nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X dibuktikan melalui analisis regresi. Variabel X Efektivitas *Digital Storytelling* terhadap variabel Y Literasi

Kesehatan Mental adalah sebesar 63,2%. Literasi kesehatan mental pada *subscriber* mengalami peningkatan disebabkan oleh efektivitas *digital storytelling* sebesar 63,2% dan 36,8% lainnya disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

*Digital storytelling* yang dilakukan oleh youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” telah memiliki indikator sebagai *digital storytelling* yang efektif sehingga dapat meningkatkan literasi kesehatan mental pada *subscriber*. Sub-variabel yang memiliki efektivitas paling tinggi adalah keringkasan dengan persentase sebesar 90%. Konten *digital storytelling* tidak memuat data yang berlebihan dan terdapat gambar yang mengilustrasikan pesan yang ingin dikomunikasikan. Hal ini juga berkaitan dengan karakteristik *subscriber* yaitu generasi muda yang lebih senang menonton video informasi singkat menggunakan ilustrasi gambar dibandingkan dengan video panjang yang hanya berisikan kalimat informasi.

Dalam literasi kesehatan mental yang dilakukan oleh *digital storytelling* Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School”, sub-variabel pengetahuan *help-seeking* dan perawatan mendapati persentase paling tinggi sebesar 82%. Pengetahuan *help-seeking* dan perawatan berguna untuk meningkatkan kesadaran tentang kesehatan mental dan mengatasi masalah kesehatan mental. Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” telah berhasil meningkatkan literasi kesehatan mental melalui *digital storytelling* yang efektif dalam menyampaikan pesan.

Penelitian yang dilakukan menghasilkan beberapa saran yang dapat diberikan kepada lingkungan akademis serta lingkungan praktis. Saran untuk lingkungan akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang ilmu komunikasi terutama dalam konsentrasi *Broadcasting* terkait teori-teori efektivitas *digital storytelling* melalui media baru serta efektivitasnya dalam meningkatkan literasi kesehatan mental. Penelitian menemukan bahwa efektivitas *digital storytelling* yang diterapkan melalui media baru seperti Youtube menunjukkan hasil yang signifikan. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk dijadikan referensi bagi penelitian lain mengenai efektivitas *digital storytelling* dan literasi kesehatan mental dengan indikator serta objek yang berbeda. Saran untuk lingkungan praktis, *digital storytelling* yang dilakukan oleh Youtube “Satu Persen – Indonesia Life School” melalui video Youtube memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dan meningkatkan literasi kesehatan mental pada *subscriber*. Temuan-temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak-pihak yang akan menggunakan *digital storytelling* melalui media sosial terutama Youtube dalam berkomunikasi secara efektif.

## REFERENSI

- Alfathan, D. R. (2021). *Strategi Digital Storytelling pada Akun Instagram @Kondimen.mlg (Studi Kasus pada Konten dari Kedai ke Kedai)*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Anderson, D. (2019). *Storytelling: Manipulation of the Audience - How to Learn to Skyrocket Your Personal Brand and Online Business Using the Power of Social Media Marketing, Including Instagram, Facebook and YouTube Paperback*. Independently Published.
- Bakar, R. A. (2019). *Digital Storytelling: an Influential Reading Comprehension and Creativity Tool for the 21st Century Literacy Skills*. *Journal of English Language Teaching Innovations and Materials*, Vol. 1 (2).
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *Youtube: Online Video and Participatory Culture (Second Edition)*. Medford: Polity Press.
- Cahyani, I. P., & Widianingsih, Y. (2020). *Digital Storytelling dan Social Listening: Tren Aktivitas Kehumasan Perguruan Tinggi dalam Pengelolaan Media Sosial*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, Vol. 8, No. 1, 39-54.
- Cetin, T., Dikmenli, Y., & Sezer, A. (2020). *New Trends in Educational Sciences*. Lithuania: SRA Academic Publishing.
- Christin, M., Obadyah, A. B., & Ali, D. S. (2021). *Transmedia Storytelling*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Datareportal. (2022, Januari 26). *Digital 2022: The World's Top Websites*. Retrieved from Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-worlds-top-websites>
- Davey, N. G., & Benjaminsen, G. (2021). *Telling Tales: Digital Storytelling as a Tool for Qualitative Data Interpretation and Communication*. *International Journal of Qualitative Methods*, Vol 20, 1-10.
- Dermawan, A. (2020). *Storytelling Digital Melalui Vlog Sebagai Media Rebranding Basuki Tjahaja Purnama*. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, Vol. 3, No. 2, 89-104.
- Drajat, H. (2020). *Efektivitas Penggunaan Digital Storytelling Kanal Youtube "Kok Bisa?" dalam Meningkatkan Minat Belajar (Studi pada Subscriber Youtube "Kok Bisa?")*. Skripsi. Bandung: Telkom University.

- Edam, N. S., Pangemanan, S., & Kairupan, J. (2018). Efektivitas Program Cerdas Command Center Sebagai Media Informasi Masyarakat Dalam Rangka Pelayanan Publik (Studi di Kantor Walikota Manado). *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, Vol. 1, No. 1.
- Erdogan, E. (2021). *The Impact of Digital Storytelling on the Academic Achievement and Democratic Attitude of Primary School Students. Educational Policy Analysis and Strategic Research*, Vol. 16, No. 1.
- Gunawan, P. A. (2019). *The Use of Digital Storytelling in Students' Writing Recount Text (A Quasi Experimental Study at the Eighth Grade Students of MTs Pembangunan UIN Jakarta in Academic Year 2018/2019)*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Hava, K. (2019). *Exploring The Role of Digital Storytelling in Student Motivation and Satisfaction in EFL Education. Computer Assisted Language Learning*.
- Jamissen, G. (2008). *Digital Storytelling for Learning and Content Production*. Oslo: Oslo University College.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *OSF Preprints*.
- Jorm, A. F. (2000). *Mental Health Literacy: Public Knowledge and Beliefs about Mental Disorders. British Journal of Psychiatry*, `177, 396-401.
- Jorm, A. F. (2012). *Mental Health Literacy Empowering the Community to Take Action for Better Mental Health. American Psychologist*, Vol. 67, No. 3, 231-243.
- Kakunje, A., Mithur, R., & Kishor, M. (2020). *Emotional Well-being, Mental Health Awareness, and Prevention of Suicide: Covid-19 Pandemic and Digital Psychiatry. Archives of Medicine and Health Sciences*.
- KBBI. (2022). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved from <https://kbbi.web.id/efektifitas-atau-efektivitas>
- Kemkes. (2020, Mei 28). *Vaksin Covid-19 Belum Ditemukan, Pemerintah Siapkan Skenario New Normal*. Retrieved from Kementerian Kesehatan: <https://www.kemkes.go.id/article/view/20052900001/vaksin-covid-19-belum-ditemukan-pemerintah-siapkan-skenario-new-normal.html>
- Kompasiana. (2022, Februari 21). *Data Digital Indonesia Tahun 2022*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=all>
- Lambert, J. (2003). *Digital Storytelling Cookbook and Travelling Companion*. Berkeley: Digital Diner Press.
- Lambert, J. (2006). *Digital Storytelling Cookbook*. Berkeley: Digital Dinner Press.
- Lambert, J., & Hessler, B. (2018). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. London: Routledge.
- Loniza, A. F., Saad, A., & Mustafa, M. C. (2018). *The Effectiveness of Digital Storytelling on Language Listening Comprehension of Kindergarten Pupils. The International Journal of Multimedia & Its Applications*, Vol. 10, No. 6.
- Mala, Y. (2019). *Peran Digital Storytelling pada Akun Instagram @Kojekrapbetawi dalam Mempopulerkan Budaya Betawi di DKI Jakarta*. Skripsi. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Mukarom, Z. (2021). *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nabilah, E., & Umam, K. (2021). Hubungan Kecemasan Matematika dan *Digital Storytelling Terhadap Math Literacy Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama dalam Pembelajaran Matematika Pada Kelas Virtual. Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, Vol. 5, No. 3, 2152-2163.
- Ningsih, S., & Dukulang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, Vol. 1, No. 1.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Okan, O., Bauer, U., Zamir, D. L., Pinheiro, P., & Sorensen, K. (2019). *International Handbook of Health Literacy Research, Practice, and Policy Across the Lifespan*. Bristol: Policy Press.
- PDSKJI. (2022, Maret). Retrieved from Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia: <http://pdskji.org/home>
- Pratama, I. P. (2020). *Social Media dan Social Network: Memahami dan Menguasai Penerapan Social Media dan Social Network Dalam Berbagai Aspek: Bisnis, Teknologi, Etika, dan Privasi*. Bandung: Informatika Bandung.
- Prestianta, A. M. (2021). *Mapping The ASEAN Youtube Uploaders: Pemetaan Pengunggah Video Youtube dari Negara ASEAN. Jurnal ASPIKOM*, Vol. 6, No. 1, 1-12.

- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Salsabil, Z., & Arfa, M. (2019). Efektivitas Website Femaledaily.com Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna. *Jurnal Ilmu Perputakaan*, Vol. 8, No. 2.
- School, S. Retrieved from Satu Persen - Indonesia Life School: [https://www.youtube.com/watch?v=POXyYXIOGpg&list=PLOvTY-EdszgikzKFIYIxG9goDZGU\\_-Jcw&index=118](https://www.youtube.com/watch?v=POXyYXIOGpg&list=PLOvTY-EdszgikzKFIYIxG9goDZGU_-Jcw&index=118)
- School, S. (2021, Oktober 27). Retrieved from Twitter Satu Persen - Indonesia Life School: [https://twitter.com/satupersen\\_id](https://twitter.com/satupersen_id)
- Silalahi, U. (2019). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siswantini, Mahestu, G., & Rahmani, A. N. (2019). Interpretasi *Digital Storytelling* Pada Iklan Tokopedia. *Jurnal Digital Media & Relationship*, Vol. 1, No. 1.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Susilo, Y. N. (2020). Efektivitas Penggunaan *Digital Storytelling* Kanal Youtube “Ilmu Komunikasi UNJ” Dalam Meningkatkan Keterampilan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, Vol. 4, No.1, 68-77.
- Tabieh, A. A., Al-Hileh, M. M., Afifa, H. M., & Abuzagha, H. Y. (2020). *The Effect of Using Digital Storytelling on Developing Active Listening and Creative Thinking Skills*. *European Journal of Educational Research*, Vol. 10, No. 1, 13-21.
- Varenia, I. A., & Phalguni, I. B. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi dan Teknologi Informasi. *SADHARANANIKARANA: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram*, Vol. 4, No. 1.
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska.
- Yusuf, S. (2021). *Kesehatan Mental Perspektif Psikologis dan Agama*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.