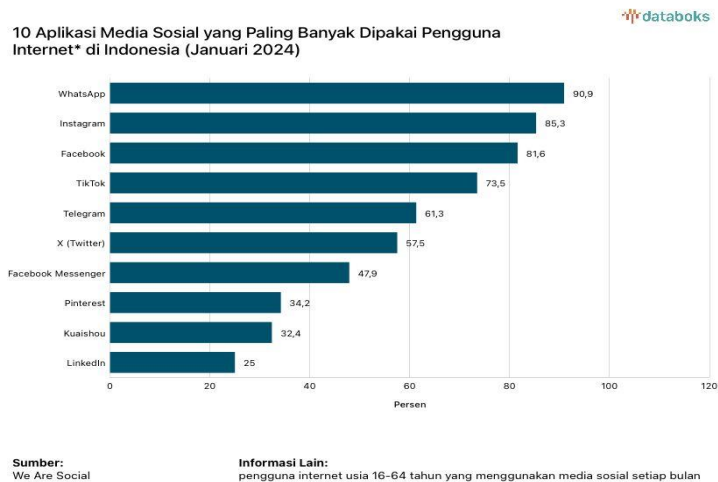


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial sekarang menjadi platform dimana banyak dipakai khalayak luas. Saat ini, teknologi, internet, dan media sosial sudah menjadi solusi bagi bermacam kebutuhan manusia. makin majunya teknologi internet, masyarakat makin aktif dalam memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Di Indonesia, media sosial menjadi platform dimana terbanyak dipakai guna mengakses internet sebab memungkinkan individu untuk berinteraksi, berkomunikasi, berbagi informasi, mencari hiburan, dan melaksanakan aktivitas lainnya lainnya (Alqatras et al., 2023). Media sosial dipakai khalayak sebagai tempat untuk memberikan dan mendapatkan informasi, selain itu media sosial dapat dijadikan situs untuk mempromosikan sesuatu dan tempat untuk menjualnya. Pengguna akan menyesuaikan pemilihan kata dan cara menyampaikan pesan pada media social guna mengarahkan perhatian pada hasil dimana dihendaki; maknanya unggahan akan dibuat guna mewujudkan hasil atau respons emosional dimana dikehendaki ( Buss & Chiodo 1991, dalam Edwards, 2016 ). Media sosial dimana berkembang di Indonesia sangat beragam seperti Facebook, TikTok, YouTube dan Instagram. Salah satu *platform* media sosial dimana terbanyak dipakai yakni Instagram.

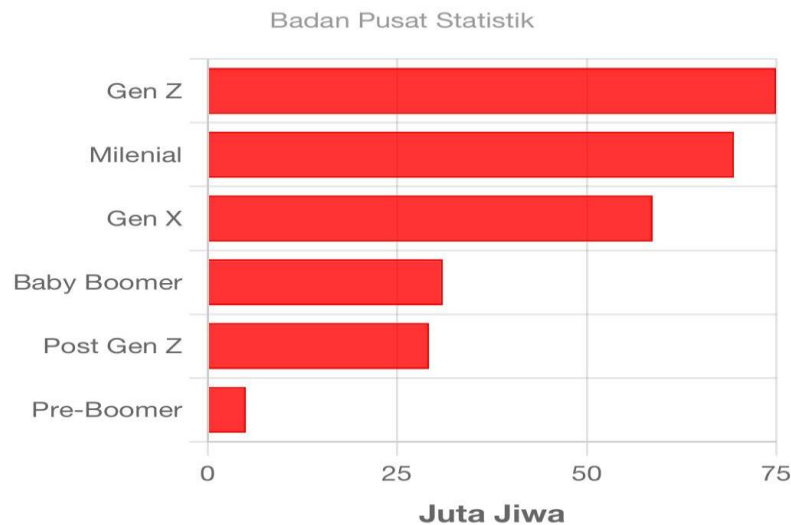


**Gambar 1. 1 Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024)**

Instagram ialah aplikasi dimana penggunanya dapat mengunggah konten berupa foto, video, dan reels dengan bermacam fitur interaktif yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dengan dua arah. Media sosial Instagram sekarang dianggap selaku media guna bercerita sekaligus mengekspresikan diri lewat konten yang di posting dengan berupa gambar, video dan tulisan, selain itu Instagram saat ini dijadikan tempat untuk menggali informasi. Instagram memiliki beberapa fitur seperti *likes*, *comment*, *repost* dan *share* yang mana fitur itu dipakai pengguna untuk mengekspresikan perasaannya terhadap suatu konten. Pengguna Instagram dapat dengan bebas untuk mengikuti akun yang diinginkannya tanpa tertinggal informasi dengan menyalakan fitur *update notification* sehingga aktivitas yang dilaksanakan oleh akun yang dituju akan mendapat notifikasi.

Selain memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses informasi secara bebas, Media sosial memiliki dampak buruk yang dianggap serius, hal ini khususnya terjadi pada gen-z yang berada pada usia transisi dimana kesehatan mental masih tidak stabil dan banyak dipengaruhi oleh lingkungan sekitar terutama media sosial, kartono (2013) dalam (Yulieta et al., 2021)

### Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Gen Z



**Gambar 1. 2 Data saat ini Indonesia didominasi oleh Gen Z (Agustus 2023)**

Sumber : <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>

Berdasarkan data diatas BPS mengungkapkan data statistik jika komposisi penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z dimana lahir antara tahun 1997-2012 dimana berjumlah kurang lebih 74,93 juta jiwa (27,94%). Perihal itu ialah salah satu faktor mengapa kasus cyberbullying begitu meluas di media sosial. Dikutip dari tautan unicef.org pada 25 Juni 2021 menjelaskan jika 45% dari 2.777 anak muda berumur 14-24 dimana disurvei lewat platform keterlibatan anak muda UNICEF U-Report mengemukakan jika mereka pernah mendapati cyberbullying. Cyberbullying ialah bentuk pelecehan atau intimidasi yang memakai teknologi untuk menyakiti individu secara sadar dan sengaja serta berulang kali Prabawati (2013) dalam (Yulieta et al., 2021).

Salah satu dampak perkembangan teknologi digital di media sosial saat ini memiliki pengaruh yang diiringi dengan adanya kenaikan angka kasus gangguan kesehatan mental khususnya yang kecanduan gawai juga media sosial (Kamaruddin et al., 2023). Salah satu fenomenanya yakni Social Media Anxiety Disorder (SMAD). Social Media Anxiety Disorder (SMAD) ialah gangguan berbentuk obsesi, dimana penderita sangat terobsesi atau sangat kecanduan dengan akun media sosial miliknya. (Masruroh, 2021). Dengan adanya Fenomena Social Media Anxiety Disorder (SMAD) sosial media dapat mempengaruhi self-esteem dan memperburuk rasa cemas atau depresi dimana individu cenderung membandingi dirinya sendiri dengan orang lain bahkan merasa tidak puas dengan pencapaiannya sendiri (Munster, 2018). Dari data diatas dapat disimpulkan jika Cyberbullying dan SMAD menjadi permasalahan dari penelitian ini sehingga berdampak buruk dimana ada di Instagram membuat adanya peran pemakai media menjadi sangat penting, dimana mereka andil dalam menetapkan media dimana akan dipakainya serta konten yang dikonsumsi dan akan di posting.


Berbagai jenis akun Instagram berisi informasi dimana mencukupi keperluan audiensnya. Mereka aktif mencukupi keperluan akan pengetahuan terkait pentingnya menjaga kesehatan mental, sebab banyak kejadian terkait kesehatan mental dimana masih kurang memperoleh perhatian sekaligus dinormalisasikan. Akun yang dimaksud yakni akun dengan konten bermakna dimana bisa menyalurkan emosi positif terkait cinta diri sekaligus kesehatan mental. Gambaran ini menyiratkan jika baik konten ataupun

perangkat teknologi media menyampaikan semacam kepercayaan tertentu pada khalayak. (Nasrullah, 2019:3

Seperti halnya akun yang dimaksud ialah @studiodjiwa, akun itu ialah akun instagram dimana memberi wawasan terkait kesehatan mental lewat seni contohnya infografis, komik kartun, serta ilustrasi. Konten dimana dibagikan oleh @studiodjiwa menjadikan khalayak tertarik ingin membacanya sebab kontennya dikemas seperti komik kartun dimana ini mudah dimengerti pembaca, pengikut akun @studiodjiwa saat ini mencapai 89,9 ribu. Selanjutnya ada akun @meaningful.me dengan 506 ribu pengikut, ialah sebuah akun Instagram yang mengunggah konten berisi tips atau solusi menyelesaikan permasalahan terkait Kesehatan mental, selain itu akun @meaningful.me kerap mengunggah konten yang berisi soft selling dengan menyajikan bermacam informasi untuk mempromosikan jasa konseling yang mereka hadirkan. Selanjutnya ada akun @manjadimanusia.id yang sudah memiliki lebih dari 1 juta pengikut. Akun @menjadimanusia hadir sebagai platform yang merayakan emosi, memelihara Kesehatan mental lewat informasi yang diberikan dan memicu sebuah percakapan yang bermakna dengan konten konten yang dibuat sehingga dapat menimbulkan empati serta perubahan yang positif untuk tiap khalayak yang melihatnya. Pasalnya ketiga akun diatas hadir untuk memberi kepercayaan, informasi sekaligus motivasi teruntuk khalayak terkait bagaimana cara guna mencitai diri sendiri sekaligus peduli dengan Kesehatan mental.

**Tabel 1. 1 Daftar Akun**

| <b>Nama Akun</b> | <b>Jumlah Pengikut / Followers</b> | <b>Perbedaan</b> | <b>Laman Akun</b> |
|------------------|------------------------------------|------------------|-------------------|
|------------------|------------------------------------|------------------|-------------------|

|                |        |   |  |
|----------------|--------|---|--|
| @studiodjiwa   | 89.900 | Kurangnya interaksi dua arah yang dilakukan oleh akun @studiodjiwa , dominasi konten video reels hanya share dokumentasi campaign kegiatan yang dibuat                                |   |
| @meaningful.me | 50.015 | Konten reels dengan cuplikan video dari akun lain dengan memakai Bahasa Inggris yang kemudian di translate ke Bahasa Indonesia. (video tidak original dibuat oleh tim dan narasumber) |  |

(Sumber: Olahan Data Peneliti)

Beberapa contoh akun dimana sudah dipaparkan, diatas sama-sama bergerak dengan membuat konten terkait dengan motivasi diri sekaligus Kesehatan mental dimana bertujuan menumbuhkan rasa empati terhadap sesama dan diri sendiri, tapi ada perbedaan dimana tampak saat melihat motif khalayak memakai media. Beberapa contoh motif memakai media memilih media sebab ada motif informasi sekaligus interaksi. Konten memiliki fungsi yang sama dengan pesan dalam komunikasi, yakni informasi, hiburan, pendidikan dan pengaruh. Ketika akun instagram memiliki konten yang unik dan menarik, pengikut akan membuka konten untuk mengetahui informasi yang diunggah, dan pengikut akan memberikan like atau komentar pada konten (Wahyuni et al., 2019). Menurut Atmoko (2012) ada perihal dimana diteliti di konten instagram yakni tipe, ide, ukuran, deskripsi, serta informasi pada konten.

Selain menampilkan konten dengan kalimat afirmasi positif Dengan motif itu konten- konten yang diunggah oleh @menjadimanusia.id di Instagram dapat memancing para pengikutnya untuk menanggapi dengan komentar-komentar yang sangat emosional dan dengan informasi yang diberikan memberi feedback yang lumayan banyak dengan bermacam macam perspektif yang di tunjukan dalam satu komentar tiap konten. Hal itu didukung dengan akun @menjadimanusia.id yang sangat interaktif sehingga menimbulkan komunikasi dua arah dengan mencantumkan pertanyaan di tiap postingannya yang menjadikan akun @menjadimanusia.id memiliki ciri khas tersendiri sebab menyajikan konten organik yang berasal dari narasumber yang dikhususkan bercerita untuk Menjadi Manusia yang sangat interaktif sehingga menimbulkan komunikasi dua arah dengan mencantumkan pertanyaan di tiap postingannya yang menjadikan akun @menjadimanusia.id memiliki ciri khas tersendiri sebab menyajikan konten organik yang berasal dari narasumber yang dikhususkan bercerita untuk Menjadi Manusia.



**Gambar 1. 3 Komentar Followers @menjadimanusia.id**

(Sumber : Instagram @menjadimanusia.id)



**Gambar 1. 4 Caption interaktif @menjadimanasia.id**

(Sumber : Instagram @menjadimanasia.id)

Akun @menjadimanasia.id juga seringkali menghadirkan narasumber untuk menceritakan kisah hidup serta pengalaman hidup yang hebat lewat konten Reels cuplikan dari konten Titik Temu dan Muara Bercerita yang menjadikan akun @menjadimanasia.id memiliki ciri khas tersendiri sebab menyajikan konten organik yang berasal dari narasumber yang dikhususkan bercerita untuk Menjadi Manusia. Berbeda dengan akun serupa lainnya seperti @meaningful.me yang mengunggah konten reels dengan mengambil cuplikan video dari akun lain dengan memakai Bahasa Inggris yang kemudian di translate ke Bahasa Indonesia. Selanjutnya ada 1 contoh akun serupa yakni @studiodjiwa yang lebih berfokus pada konten foto dengan ilustrasi animasi yang menarik dibanding dengan konten video reels atau konten organik. Hal ini tentu menjadikan akun @menjadimanasia.id memiliki ciri khas tersendiri. Terlebih Menjadi Manusia memiliki segmen bercerita seperti Titik Temu yang mana ialah konten yang mempertemukan beberapa narasumber untuk berbagi perspektif terkait topik tertentu, dan Muara Bercerita yang menjadi wadah bagi siapapun untuk mengirim, berbagi atau sekedar

membaca cerita yang ada di website Menjadi Manusia dengan bertujuan sebuah kisah yang ditulis dapat menguatkan dan menyelamatkan banyak nyawa.



**Gambar 1. 5** Screenshoot konten Reels

(Sumber : Instagram @menjadimanusia.id)



**Gambar 1. 6** Screenshoot konten Reels

(Sumber : Instagram @menjadimanusia.id)



**Gambar 1. 7** Screenshoot konten Reels

Sumber: Instagram @studiodjiwa



Metode dimana dipakai di riset ini ialah kuantitatif dengan teori uses and gratification dimana dikemukakan oleh Blumer, Gurevitch juga Katz dimana menjelaskan jika khalayak memiliki peran aktif untuk memenuhi kebutuhannya lewat media. Fokus teori ini ialah jika khalayak atau individu dapat memakai media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan. Relevan dengan riset sebelumnya dimana dilakukan oleh Dhety & Amienah dimana berjudul “Pengaruh Konten Instagram Terhadap Kepuasan Followers @barkas.jogjakarta” memakai teori uses and gratification yang memperlihatkan jika konten instagram @barkas.jogjakarta berpengaruh pada kepuasan para followers. Selain itu teori ini juga membahas studi efek media, sebab diasumsikan relevan dengan riset ini yakni terkait kepuasan penggunaan media. Kepuasan menurut Kotler 2009 dalam (Ayu Fitriani & Saino, 2013) menjelaskan kepuasan sebagai perasaan senang yang muncul ketika seseorang membandingkan kenyataan hasil tertentu dengan yang dikehendaki. Lalu, dalam penelitiannya, menurut Palmgreen dalam (Kriyantono, 2019) mengemukakan jika sikap individu terhadap media, yakni kepercayaan mereka terhadap media, dan kemampuan mereka untuk mengevaluasi konten media, menentukan tingkat kepuasan khalayak. Guna mencukupi kepuasan followers pada konten yang memberi pengaruh dengan memakai media sosial, contohnya instagram, ada 5 indikator dimana diadaptasi dari riset Papacharissi & Rubbin 2000 dalam (Dhety & Amienah 2023) dengan memakai Computer Mediated Communications guna mengukur kepuasan followers, yakni “Interpersonal utility” yakni interaksi guna mendapat kesenangan, “Pass Time” yakni melaksanakan aktivitas guna mengisi waktu luang, “Information Seeking” yakni motif mencari informasi, “Convenience” yakni motif kemudahan serta kenyamanan, terakhir “Entertainment” yakni motif hiburan.

Alasan peneliti memilih instagram @menjadimanusia.id sebagai objek penelitian, yakni sebab bisa dikatakan @menjadimanusia.id termasuk media sosial dimana populer selaku akun dimana menyalurkan informasi terkait isu kesehatan mental dengan jumlah followers instagram lebih besar yakni 1.1 M dibanding dengan akun instagram sejenis, seperti @studiojiwa dan @meaningful.me. Hal yang membedakan riset ini dengan yang sebelumnya dimana dilaksanakan oleh Agil Kuncoro (2024), ada di objek riset yang dipakai. Pada riset sebelumnya peneliti meneliti terkait pengaruh konten memasak

@pattygurlz di instagram terhadap kepuasan followers. Sedangkan penelitian ini peneliti meneliti pengaruh konten @menjadimania.id terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental Gen Z.

Berdasarkan latar belakang dimana sudah diuraikan, maka dari itu peneliti tertarik guna melaksanakan riset terhadap akun instagram @menjadimania.id dengan judul “Pengaruh konten @menjadimania.id Terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Kesehatan Mental Gen Z. Guna mengetahui apakah konten yang dibuat oleh @menjadimania.id memenuhi kepuasan informasi pada Gen Z terkait kesehatan mental.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari pemaparan latar belakang, sehingga ada identifikasi masalah pada riset ini, yakni sebesar apa pengaruh konten @menjadimania.id terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental Gen Z?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari pemaparan latar belakang sekaligus identifikasi masalah dimana sudah di jabarkan sebelumnya, riset ini bertujuan guna mengetahui seberapa besar pengaruh konten @menjadimania.id terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental Gen Z.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Dengan adanya riset ini diharapkan bisa memberi kontribusi pada literatur kesehatan mental khususnya pada kelompok generasi Z. Selanjutnya dapat menyumbangkan pemahaman lebih lanjut terkait bagaimana konten @menjadimania, bisa dipakai guna mengidentifikasi kekuatan sekaligus kelemahan dari konten yang di upload, serta dapat memiliki implikasi praktis untuk pengembangan konten online yang berfokus pada kesehatan mental

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Riset ini diharapkan bisa terjadi peningkatan kesadaran, pemahaman, dan perawatan terkait Kesehatan mental di kalangan Gen Z.

## 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

**Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian**

| Kegiatan                        | 2023 |    |    | 2024 |   |   |   |   |   |   |   |
|---------------------------------|------|----|----|------|---|---|---|---|---|---|---|
|                                 | 10   | 11 | 12 | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Menentukan topik penelitian     | ■    | ■  |    |      |   |   |   |   |   |   |   |
| Pra-Penelitian                  |      |    |    | ■    |   |   |   |   |   |   |   |
| Pengerjaan Bab I, II dan III    |      |    |    | ■    | ■ | ■ | ■ |   |   |   |   |
| Desk Evaluation                 |      |    |    |      |   |   |   | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Pengumpulan dan Pengolahan Data |      |    |    |      |   |   |   |   |   |   |   |
| Pengerjaan Bab IV dan V         |      |    |    |      |   |   |   |   |   |   |   |
| Sidang Skripsi                  |      |    |    |      |   |   |   |   |   |   |   |

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.2 Identifikasi Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Kegunaan Penelitian

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

1.6 Sistematika Penelitian

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

- 2.1 Tinjauan Pustaka
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Penelitian
- 2.4 Hipotesis Penelitian
- 2.5 Ruang Lingkup Penelitian

## **BAB III METODE PENELITIAN**

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran
- 3.3 Populasi dan Sampel
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- 3.6 Teknik Analisis Data

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- 4.1 Karakteristik Responden
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.3 Pembahasan Penelitian

## **BAB V KESIMPULAN**

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran