

ABSTRAK

Self-diagnosis terhadap gangguan kesehatan mental, khususnya ADHD, menjadi fenomena yang kian marak di kalangan Generasi Z, terutama melalui konten-konten media sosial seperti TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi dan relevansi pesan terhadap perilaku *self-diagnosis* pengikut akun TikTok @sakti_mikael, serta mengaitkannya dengan teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik analisis *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Jumlah responden yang terlibat sebanyak 400 responden yang merupakan *followers* TikTok @sakti_mikael, dengan rentang usia mayoritas 17–25 tahun dan pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi dan relevansi pesan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *self-diagnosis*, dengan besaran pengaruh tingkat sedang yaitu 54,4%, sementara 45,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini. Dimensi akurasi dalam kualitas informasi, serta dimensi manfaat dalam relevansi pesan, menjadi faktor dominan yang mempengaruhi tingginya refleksi diri dan tindakan identifikasi personal di kalangan responden. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial bukan hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga ruang psikologis aktif yang dapat mendorong persepsi, refleksi, hingga kesimpulan pribadi terkait kesehatan mental. Temuan ini memperluas penerapan teori *Uses and Gratifications* dalam konteks kesehatan mental digital serta memberikan implikasi penting bagi pengelolaan konten kesehatan mental yang etis, edukatif, dan bertanggung jawab di media sosial.

Kata kunci: ADHD, Kualitas Informasi, Relevansi Pesan, *Self-Diagnosis*, TikTok