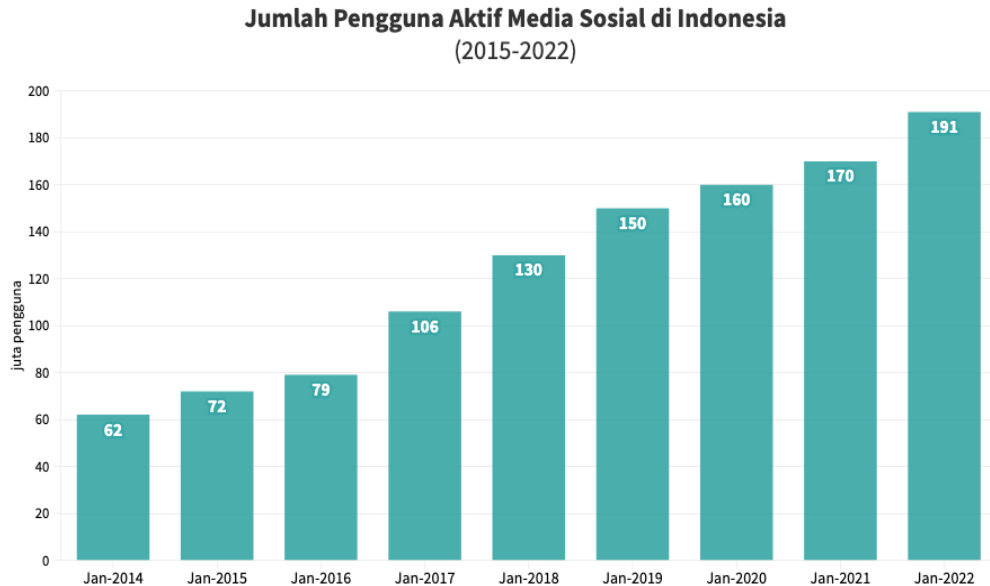


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

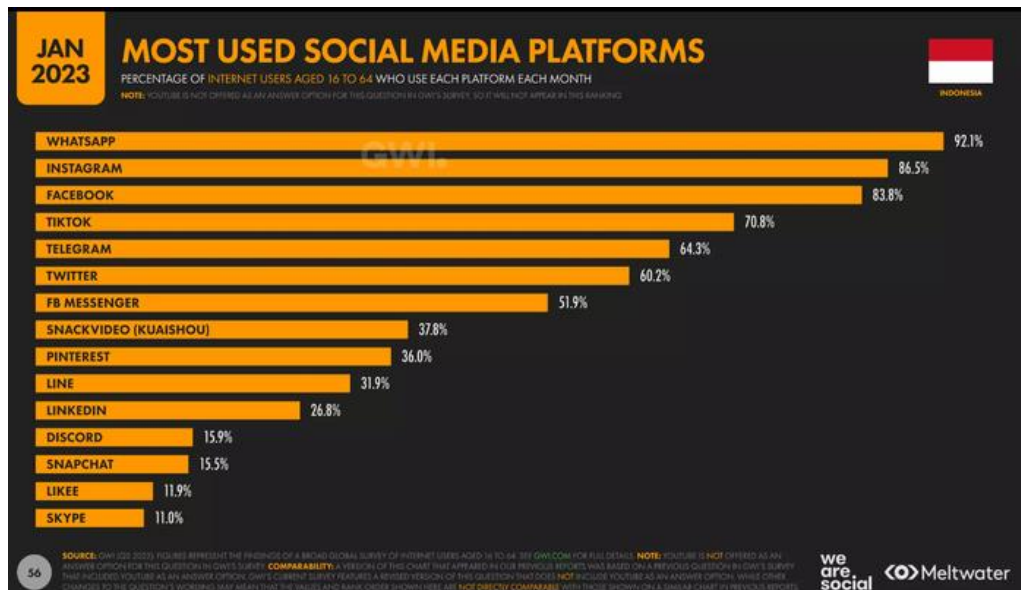
Di era digital ini, media sosial kerap digunakan di setiap rutinitas masyarakat. Kehadiran media membawa perubahan kepada pola komunikasi di masyarakat dari konvensional menjadi serba digital dan lebih efektif (Sari et al., 2018). Media sosial merupakan media berbasis online yang berperan sebagai media komunikasi jarak jauh. Sebagai media komunikasi, media sosial memiliki tujuan utama untuk menghubungkan antar satu pengguna dengan pengguna lainnya. Kemampuan untuk menyebarkan informasi secara meluas merupakan keunggulan yang dimiliki oleh media sosial (Claretta et al., 2022). Dengan bantuan media sosial, komunikasi dua arah dapat dilakukan dengan memanfaatkan jaringan internet tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga dapat dijangkau dengan mudah dimana saja dan kapan saja.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia (2015-2022)

Sumber: DataIndonesia.id (2022)

Menurut data dari We Are Social, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta pada tahun 2022. Dalam persentase, ini mewakili 68,9% dari keseluruhan populasi Indonesia. Artinya sebagian besar penduduk sudah memanfaatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan media sosial, pengguna dapat berinteraksi antar satu sama lain yang memiliki minat dan tujuan yang serupa (Ricko & Junaidi, 2019).



Gambar 1. 2 Penggunaan Instagram di Indonesia

Sumber: Data Reportal (2022)

Di antara beragam jenis media sosial yang ada, penelitian ini berfokus untuk meneliti platform Instagram. Instagram adalah platform media sosial berbasis foto dan video dengan beragam fitur yang mudah digunakan. Di Indonesia, Instagram berada di peringkat kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan. Data dari We Are Social pada gambar 1.2 menunjukkan pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 9,15 juta pengguna atau sama dengan 35,7% dari total populasi. Hal ini menandakan bahwa Instagram menjadi platform yang populer bagi pengguna media sosial.

Pada dasarnya Instagram menjadi platform berbagi foto dan video kepada antar pengguna. Tidak hanya sekedar itu, pengguna juga bisa mengambil foto, mengambil video, menambahkan filter, dan aktivitas jejaring lainnya. Pemanfaatan Instagram juga biasa dilakukan oleh para seniman, pembuat konten, dan sastrawan sebagai media

untuk berinteraksi, berekspresi, dan membagikan karyanya. Makna dari Instagram sendiri adalah sebuah platform yang menampilkan foto secara instan sebagai suatu bentuk dari informasi yang hendak disampaikan oleh pengguna. Dengan Instagram, pengguna dapat berbagi foto atau video dengan koneksi internet sehingga penyebaran informasi dapat dilakukan secara cepat (Sendari, 2019).

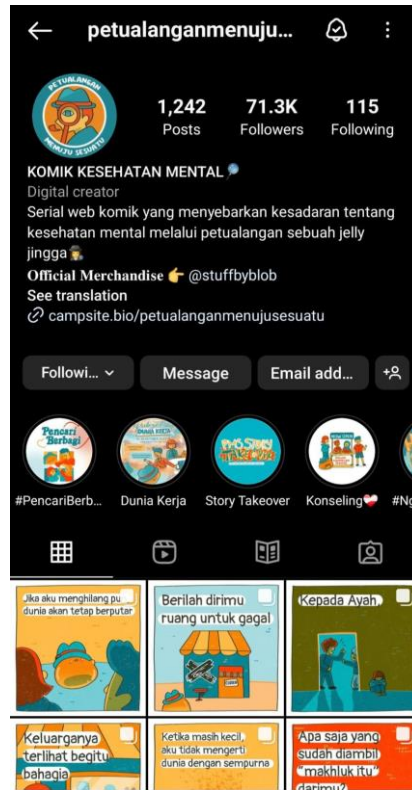
Tidak hanya terbatas sebagai sarana komunikasi dan bertukar informasi, dengan banyaknya pengguna Instagram dan proses pertukaran informasi yang cepat, masyarakat memanfaatkannya sebagai media pemasaran suatu merek, produk, atau jasa. Perusahaan atau lembaga melihat peluang untuk memanfaatkan Instagram sebagai media promosi yang efektif dan efisien. Oleh sebab itu, kini banyak perusahaan atau lembaga-lembaga yang memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan produk, jasa, atau kampanye terkait isu di lingkungan sekitar. Sebagai contoh yang akan dibahas adalah promosi isu kesehatan mental.

Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi kesehatan mental telah banyak dilakukan oleh beberapa lembaga di dunia. Sebagai contoh, *America Foundation for Suicide Prevention* bekerja sama dengan Instagram untuk mensosialisasikan kampanye kesehatan mental. Selain itu, *therapy influencers* yang memiliki lisensi profesional di bidang kesehatan mental juga memanfaatkan Instagram sebagai media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kesehatan mental. Melalui Instagram, mereka membuat konten informatif tentang kesehatan mental agar pengikutnya dapat mengakses informasi mengenai kesehatan mental (Lewoleba et al., 2020).

Promosi yang dilakukan di media sosial memanfaatkan konten untuk memberikan pesan yang hendak disampaikan. Cangara (dalam Ricko & Junaidi, 2019) menyebutkan bahwa hal yang penting dalam media digital adalah bagaimana dari konten atau pesan yang akan disebarkan kepada pengguna. Konten pada media sosial memiliki peran penting untuk menyampaikan informasi secara cepat dan menarik, serta memudahkan untuk berinteraksi atau berkomunikasi hingga menimbulkan efek bagi individu, lembaga, atau pun komunitas. Maka dari itu, konten yang diproduksi harus menarik agar semakin banyak orang yang tertarik untuk mengikuti *timeline*-nya. Untuk bisa membuat konten yang menarik, dibutuhkan kompetensi yang cukup dalam membuat konten.

Konten menjadi suatu poin utama dalam Instagram mengingat potensi yang dimiliki oleh media sosial tersebut dalam bidang pemasaran. Konten harus dirancang sesuai dengan kebutuhan dari audiens. Atensi followers dapat ditentukan dari jenis informasi yang disajikan. Kini, pengguna semakin dimudahkan untuk mendapatkan informasi dengan mudah melalui banyak pilihan akun, hiburan, ataupun edukasi. Idealnya konten dibuat dengan disesuaikan dengan target audiencenya. Penyajian konten dalam bentuk *storytelling* biasanya menjadi akan memudahkan audiens untuk bisa menerima dan memahami maksud pesan yang disampaikan (Pandrianto & Sukendro, 2018).

Gagasan tersebut menginisiasi terciptanya akun Instagram @petualanganmenujusesuatu. Akun Instagram @petualanganmenujusesuatu merupakan akun yang menyajikan konten berupa komik digital dengan pembahasan terkait isu kesehatan mental. Sejak awal terciptanya akun @petualanganmenujusesuatu pada 2018, sejumlah enam mahasiswa terlibat aktif dalam membagikan konten tentang kesehatan mental. Jumlah followers pada akun @petualanganmenujusesuatu mencapai 71,3 ribu pengikut per Maret 2023. Sasaran dari akun ini adalah remaja yang berusia 18 sampai 24 tahun. Keunikan yang dimiliki oleh akun @petualanganmenujusesuatu adalah bentuk konten yang disajikan berupa komik digital. Hal ini menjadikan @petualanganmenujusesuatu menjadi akun pertama yang membahas seputar kesehatan mental dalam konten berbentuk komik digital (Septhimoranie & Oktavianti, 2019).

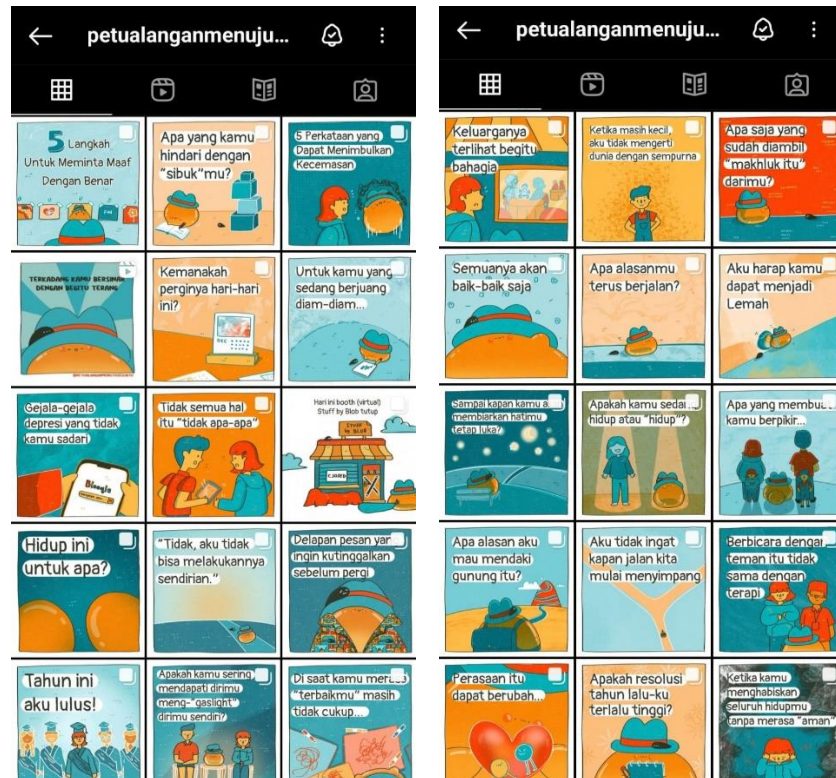


Gambar 1. 3 Akun Instagram @petualanganmenujusesuatu

(Sumber: <https://instagram.com/petualanganmenujusesuatu>)

Awal terbentuknya akun @petualanganmenujusesuatu berawal dari inisiatif untuk memberikan informasi tentang kesehatan mental. Sesuai dengan tujuan yang disematkan pada laman akunnya, akun @petualanganmenujusesuatu bertujuan untuk menyebarkan kesadaran akan kesehatan mental ke masyarakat melalui komik digital. Hal ini didasari karena isu kesehatan mental yang penting, namun masih sering disepelekan. Di Indonesia, masalah kesehatan mental merupakan masalah yang masih belum mampu teratasi secara maksimal. Menurut statistik Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, hingga 19 juta orang dewasa di atas usia 15 tahun dilaporkan mengalami masalah emosional atau mental, sementara 12 juta orang dewasa di atas usia 15 tahun dilaporkan mengalami depresi (Rokom, 2021). Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) juga telah melaksanakan riset pada remaja usia 10-17 tahun. Hasil riset tersebut menyebutkan bahwa sebanyak satu dari tiga remaja di Indonesia mengalami gangguan mental. Angka tersebut setara dengan 155,5 juta remaja di Indonesia (Gloria, 2022). Masyarakat di Indonesia tidak hanya memiliki pemahaman yang terbatas tentang masalah kesehatan mental, tetapi mereka

juga memiliki prasangka buruk tentang hal tersebut. Itulah mengapa penting untuk menyebarkan kesadaran dan mengedukasi masyarakat tentang masalah kesehatan mental.



Gambar 1. 4 Contoh Konten Akun @petualanganmenujusesuatu

(Sumber: <https://instagram.com/petualanganmenujusesuatu>)

Malalui gambar di atas dapat dilihat bahwa akun @petualanganmenujusesuatu menggunakan konten berupa komik digital yang menceritakan petualangan tokoh bernama Blob. Berdasarkan proses pembuatannya, komik digital merupakan komik yang diproses dengan peralatan digital. McCloud (dalam Septhimoranie & Oktavianti, 2019) menyebutkan bahwa penulis komik bisa melakukan eksplorasi saat menciptakan suasana, menghidupkan cerita dengan ketajaman gambar, dan membuat pembaca dapat menghayati cerita karena kemudahan dari teknik digital yang digunakan. Selain itu, kemudahan akses yang memungkinkan pengguna untuk membaca, menyimpan, dan membagikannya dengan mudah menjadi poin tambah untuk komik digital.

Septimoranie & Oktavianti (2019) melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Persuasif Tentang Kesehatan Mental Melalui Komik Digital (Studi pada Akun Instagram @petualanganmenujusesuatu)”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari tahu bagaimana komunikasi persuasif tentang kesehatan mental pada komik digital. Melalui penelitian ini, penulis mengungkap bahwa melalui komik digital terdapat tiga tujuan dari komunikasi persuasif, yaitu afektif, kognitif, dan konatif. Merancang pesan, memilih saluran, dan memberikan umpan balik menjadi strategi yang digunakan dalam komunikasi persuasif. Pemilihan karakter dan warna dalam komik dapat berdampak pada daya persuasi pesan terkait kesehatan mental.

Selanjutnya, (Tulandi et al., 2021) pada penelitiannya yang berjudul Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental meneliti tentang strategi komunikasi yang digunakan pada akun Instagram UbahStigma. Dari penelitian ini didapatkan bahwa untuk meningkatkan *awareness* kesehatan mental, UbahStigma menerapkan strategi melalui perancangan pesan, mengetahui target sasaran, metode setting, dan pemilihan media. UbahStigma memanfaatkan postingan gambar visual dengan tujuan agar masyarakat mudah mengerti pembahasan mengenai kesehatan mental menggunakan bahasa yang mudah dipahami,

Penelitian serupa dengan objek berbeda telah dilakukan Priana et al. (2022) dalam penelitian yang berjudul Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif untuk menyelidiki apakah konten pengguna Instagram @riliv membantu memenuhi tuntutan informasi pengikutnya di bidang kesehatan mental. Data menunjukkan bahwa pengguna cenderung memenuhi persyaratan informasi kesehatan mental jika mereka mengikuti @riliv di media sosial.

Peneliti merujuk pada penelitian sebelumnya yang serupa dengan judul Pengaruh Komunikasi Persuasif Gerakan Anti Kejahatan Siber #WIIWY di Tiktok Terhadap Kesadaran Kesehatan Mental Mahasiswa Universitas Tarumanegara. Pada penelitian bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh kredibilitas komunikator, media komunikasi, dan pesan Gerakan anti kejahatan siber #WIIWY di Tiktok terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara. Hasil yang didapatkan mengungkap bahwa kredibilitas komunikator, media komunikasi,

dan pesan memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara (Wijaya, 2022).

Oleh karena itu, urgensi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek dari Upaya promosi kesehatan mental yang dilakukan melalui media sosial memberikan pengaruh terhadap kesadaran kesehatan mental atau tidak. Penulis memilih akun @petualanganmenujusomething untuk penelitian ini. Hal ini dikarenakan akun @petualanganmenujusesuatu menjadi akun pertama di Indonesia yang memanfaatkan komik digital sebagai media promosi kesehatan mental kepada masyarakat. Untuk meningkatkan koneksi dengan audiens dan kesadaran, komik digital menggunakan pendekatan emotif untuk pengemasan pesan (Septimoranie & Oktavianti, 2019). Ketika pesan sudah diterima baik oleh audiens, diharapkan pesan tersebut dapat mempengaruhi ataupun mengubah sikap dari audiens.

Dari penjabaran latar belakang tersebut, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh konten pada akun Instagram @petualanganmenujusesuatu terhadap kesehatan mental followers. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Konten Instagram @petualanganmenujusesuatu Terhadap Kesehatan Mental Followers.”

1.2 Identifikasi Masalah

Tantangan dalam penyelidikan ini, mengingat konteks sebelumnya, adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh konten terhadap kesadaran kesehatan mental followers @petualanganmenujusesuatu?
2. Seberapa besar pengaruh konten terhadap kesadaran kesehatan mental followers @petualanganmenujusesuatu?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ditentukan oleh informasi yang diperoleh dari proses identifikasi masalah:

1. Untuk mengukur pengaruh hubungan konten terhadap kesadaran kesehatan mental followers @petualanganmenujusesuatu.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten terhadap kesadaran kesehatan mental followers @petualanganmenujusesuatu.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjelaskan dampak media sosial terhadap kesejahteraan psikologis individu. Kajian ilmiah di bidang komunikasi juga mungkin mendapat manfaat dari penyelidikan ini, khususnya yang berfokus pada media sosial dan media baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi akun @petualanganmenujusesuatu untuk mengetahui besar pengaruh konten yang diunggah terhadap kesadaran kesehatan mental followers. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan motivasi dan rujukan bagi lembaga serupa dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengkampanyekan kesehatan mental.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penulisan

No.	Kegiatan	2023						
		2	3	4	5	6	7	8
1.	Penyusunan Proposal Bab I-III							
2.	Pengajuan Proposal							
3.	Revisi Proposal							
4.	Mengumpulkan Data							
5.	Penyusunan Bab IV-V							
6.	Pengajuan Sidang Skripsi							

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Manfaat Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Rangkuman Teori
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Pemikiran
- 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 DAN SARAN

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran