

The Influence of Instagram Content @MenjadiManusia.Id on Fulfilling Mental Health Information Needs

Farra Nastya Sandwina* & Adrio Kusmareza Adim

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Bandung

Abstract

The recent surge in mental health cases is becoming a global issue, including in Indonesia. The increasing number of cases has prompted many to seek various solutions, such as the Instagram account @menjadi manusia.id, which focuses on sharing content related to mental health issues. This highlights the need for mental health information aimed at the public to address mental health problems. The purpose of this study is to determine the impact of the Instagram content from @menjadi manusia.id on meeting the need for mental health information. This study employs a quantitative research methodology by distributing questionnaires. The sampling technique used in the study is probability sampling, specifically simple random sampling with a sample size of 400 respondents. The results of the correlation coefficient test found a strong, significant, and positive relationship with a t-value of 18.961, which is greater than the t-table value of 1.660. The conclusion of the study is that there is a significant influence of Instagram content on meeting mental health information needs, accounting for 47.5%, while the remaining influence is attributed to other factors outside the scope of this study.

Keywords: Content, Instagram, Mental Health, Information Needs.

1. Introduction

Lonjakan laporan kasus terkait kesehatan jiwa di masyarakat menjadi isu global yang terjadi di berbagai daerah di Tanah Air, termasuk Indonesia. Menurut survei yang dilakukan I-NAMHS pada 2022, lebih dari 17,95 juta remaja Indonesia telah didiagnosis menderita gangguan kesehatan mental (Zulfikar, 2024). Survei menunjukkan bahwa ada enam jenis gangguan mental yang sering terjadi, yaitu fobia sosial, gangguan kecemasan umum, depresi berat, gangguan perilaku, PTSD, dan ADHD (Zulfikar, 2024). Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), depresi adalah salah satu penyebab utama penyandang disabilitas, dan bunuh diri menempati urutan ketiga sebagai penyebab kematian terbesar (Djohan et al., 2022). Gangguan mental didefinisikan sebagai kondisi kesehatan yang mempengaruhi cara seseorang berpikir, merasa, berperilaku, dan berinteraksi dengan orang lain (Hidayat et al., 2024). Gangguan mental dapat berkisar dari tingkat ringan hingga berat, yang membutuhkan intervensi profesional terlatih.

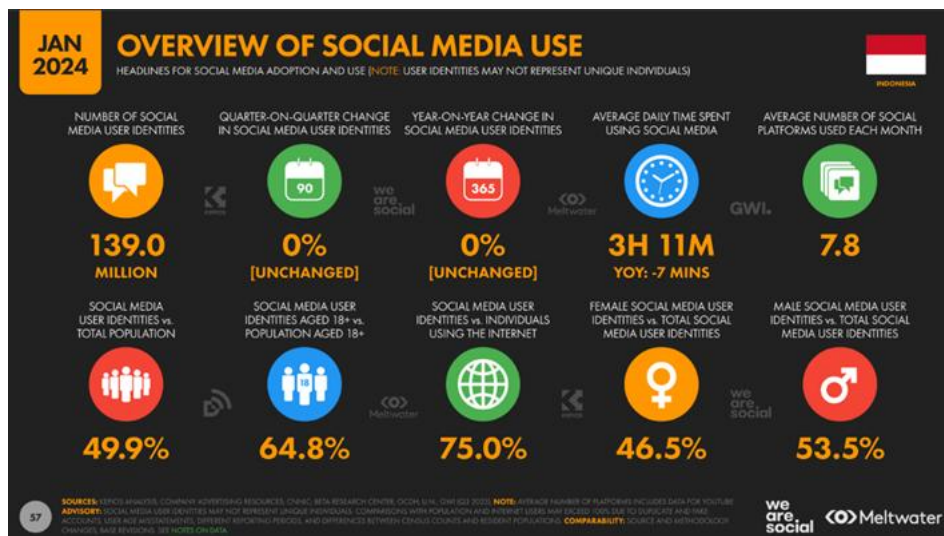
(Fajria & Rahayu, 2023), mengakui pentingnya kesehatan mental, terutama dalam kehidupan sehari-hari. Mengetahui lebih dalam tentang kesehatan mental membantu orang - orang memahami dan mengendalikan diri dalam berbagai situasi. Kesehatan mental memiliki implikasi yang signifikan dalam banyak aspek kehidupan, seperti pengambilan keputusan, pola pikir, dan perilaku. Gangguan mental dapat menyebabkan ketidakstabilan emosi, kelelahan, dan kurangnya energi untuk berinteraksi secara sosial dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi setiap orang untuk menyadari urgensi kesehatan mental dan mengambil langkah - langkah untuk mengurusnya (Astuti, 2019). Mengetahui kesehatan mental adalah tindakan merawat diri sendiri dan menunjukkan kesadaran akan perlunya menjaga diri sendiri (Rahmasari & Adiyanto, 2023). Namun, pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai penanganan masalah kesehatan jiwa masih rendah. Bahkan, kasus seperti yang dilaporkan Nuonline tentang kematian seorang mahasiswa UGM di sebuah hotel di Yogyakarta pada 2022 menunjukkan bahwa penyakit jiwa masih menjadi masalah yang kurang diperhatikan. Kejadian itu terungkap setelah polisi mendapatkan rekam medis psikologis korban (Arrahmah, 2022). Survei lain juga menunjukkan bahwa 14% penderita gangguan jiwa telah dipasok sepanjang hidup mereka, dengan 31,5% dari mereka dipasok dalam 3 bulan terakhir (Ayu, 2020). Selain itu, hanya 9% penderita

* Corresponding author.

E-mail address: farrasandwina@gmail.com

gangguan jiwa yang mendapatkan perawatan yang memadai, sementara 91% sisanya tidak mendapatkan perawatan yang tepat.

Kurangnya penanganan yang tepat ini dapat dijadikan indikator dari kekurangan fasilitas kesehatan mental serta rendahnya pemahaman mengenai kesehatan mental (Lestarina, 2021). Masalah mental-emosional yang tidak ditangani dengan cepat dan tepat juga dapat berdampak negatif pada peningkatan masalah perilaku di masa mendatang (Hidayat et al., 2024). Menurut data Ikatan Psikologi Klinis pada tahun yang sama, Indonesia hanya memiliki 4.617 psikolog terverifikasi dengan 3.046 di antaranya aktif di seluruh Indonesia (Ikatan Psikologi Klinis, 2024). Hal ini menunjukkan ketidakseimbangan antara jumlah profesional dan jumlah kasus yang terus meningkat, yang masih jauh dari memadai. Selain kekurangan tenaga profesional, stigma negatif terhadap konseling juga menjadi hambatan dalam penanganan masalah kesehatan mental. Banyak pandangan negatif muncul ketika seseorang mencari bantuan profesional, yang dapat merintang proses penyembuhan (Shabrina et al., 2021).



Gambar 1. Gambaran Umum Penggunaan Media Sosial Januari 2024

Media sosial merupakan platform digital yang tengah digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Gambar 1.1 We are Social menyatakan terdapat 139 juta atau 49,9% dari populasi penduduk Indonesia memilih menggunakan media sosial. Media sosial sejatinya memang digunakan sebagai sarana berinteraksi dan bersosialisasi, serta tempat untuk mencari kebutuhan informasi. Menurut data yang di unggah oleh We Are Social, masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk mencari kebutuhan informasi sebesar 47% (we Are Aocial, 2024). Berbagai macam media sosial hadir untuk terus memenuhi kebutuhan para penggunanya antara lain adalah media sosial Instagram. Media sosial Instagram kini digunakan sebagai aplikasi untuk berkomunikasi. Instagram menyediakan beragam fitur untuk berinteraksi dalam bentuk teks, foto, dan video. Menurut hasil riset yang dilakukan oleh NapoleonCat, menyatakan pada September 2023 lalu pengguna Instagram di Indonesia sudah mencapai angka 111.187.100 juta pengguna (Napoleoncat, 2023). Pengguna Instagram membuat akun dengan tujuan yang beragam seperti penjualan product, penggunaan pribadi, hingga menciptakan komunitas online yang berfokus membahas tentang kesehatan mental.

Penelitian yang dilakukan oleh Moenandar pada Instagram Studio Djiwa menunjukkan bahwa konten visual seperti komik akan lebih mudah diahami, dapat menjadi efektif dalam penyampaian informasi Kesehatan mental. Penyampaian informasi melalui Instagram memiliki keunggulan karena dapat disampaikan melalui foto atau video disertai suara yang dapat membuat informasi lebih menarik dan mudah dipahami (Thifalia & Susanti, 2021).

Penelitian ini berfokus pada akun Instagram yang menyajikan konten tentang kesehatan mental karena melihat kasus masalah kesehatan mental kian meningkat. Salah satu akun Instagram yang berfokus menyajikan konten terkait kesehatan mental yaitu @menjadimanusia.id. Menjadi manusia telah berdiri hampir 6 tahun bulan Juli mendatang. Dalam 5 tahun inilah kanal Instagram Menjadi Manusia sudah mencapai angka 1,1 juta pengikut. Menjadi Manusia adalah sebuah storytelling company yang menghadirkan suatu isu dari berbagai sudut pandang. Akun milik Menjadi Manusia sangat aktif dengan total 2.643 konten yang telah diunggah.



Gambar 2. Profil Akun Instagram Menjadi Manusia



Gambar 3. Konten Instagram Menjadi Manusia

Menjadi Manusia konsisten dalam mengunggah konten setiap hari di Instagram miliknya. Gambar 1.3 memperlihatkan cukup banyak yang tertarik dengan konten dari menjadi manusia tentang curhatan seseorang yang telah berhasil bertahan, terbukti dengan 69.111 ribu likes serta 393 comment yang didapatkan. Angka ini dapat dibilang besar dimana, 1,1 juta pengikut ini ikut berinteraksi dan memperhatikan konten yang unggah oleh Menjadi Manusia. Tidak sedikit orang yang mengikuti akun instagram ini. Menjadi Manusia memang sedang ramai dicari atau diperbincangkan oleh masyarakat karena terkesan membantu untuk memotivasi mereka.

Pada gambar 4 merupakan ragam konten Menjadi Manusia dalam berbagai bentuk. Menjadi Manusia tidak hanya memberikan berupa kata motivasi semata untuk para pengikutnya, tetapi mereka membungkus konten tersebut dengan cara yang variatif. Menjadi Manusia memiliki dua konten andalannya yaitu #RagamCeritaManusia dan #BerbagiPerspektif karena konten tersebut lebih diminati oleh para pengikut yang dibuktikan dengan lebih tingginya interaksi seperti likes dan komen dibandingkan dengan konten lainnya. Konten yang mereka sajikan juga mencantumkan sumber terpercaya, agar segala informasi yang dibagikan dapat dipertanggung jawabkan. Sesekali Menjadi Manusia juga mengunggah konten berbentuk kata kata motivasi yang dipadukan dengan warna biru serta dikemas secara singkat sehingga memudahkan pembaca lebih mudah untuk memahami konten tersebut.

Instagram Menjadi Manusia memberikan fakta kesehatan mental secara gamblang dan menyertakan sumber informasi. Bagi Menjadi manusia, terganggunya kesehatan mental seseorang tidak menutup kemungkinan orang tersebut terkena dampak negatif yang dapat merugikan diri sendiri. Sering kali tekanan yang tercipta di lingkungan sekitar membuat kita merasa tertekan dan tidak dapat menampungnya. Pada dasarnya seseorang dengan kesehatan mental dianjurkan untuk melakukan konsultasi ke psikologi sebagai langkah awal yang tepat. Maka dari itu Menjadi

Manusia hadir untuk menjadi bagian dari perjalanan semua manusia untuk sampai di titik mereka merasa aman, tenang, dan nyaman.



Gambar 4. Konten Instagram Menjadi Manusia

Tabel 1. Akun Instagram Tentang Kesehatan Mental

No	Username	Pengikut	Keterangan
1	Menjadimanusia.id	1,1M	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Rutin mengunggah konten setiap hari - Memiliki program tetap #ragamceritamanusia dan #berbagiperspektif - Mencantumkan sumber informasi - Memiliki komunitas discord - Bekerja sama dengan Psikolog
2	@meaningful.me	515K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Mengunggah konten 2-4 hari sekali - Konten berupa feeds dan reels - Tidak mencantumkan sumber informasi - Terakhir memposting 18 Januari 2024
3	@Riliv	405K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Mengunggah konten setiap hari - Tidak mencantumkan sumber informasi - Konten yang diunggah lebih sering merujuk pada kata kata motivasi
4	@pijarsikologi	254K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Tidak konsisten dalam waktu mengunggah konten - Mencantumkan sumber informasi - Konten mayoritas hanya berupa feeds tulisan motivasi
5	@klee.id	253K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Cukup sering dalam mengunggah konten tetapi tidak dengan jadwal rutin - Tidak mencantumkan sumber informasi

6	@duduk.dulu	244K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Tidak rutin mengunggah konten - Tidak mencantumkan sumber informasi - Sebagian besar konten hanya berupa podcast
7	@studiodjiwa	91,5K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Rutin dalam mengunggah konten 4/5 hari sekali - Konten mencantumkan sumber informasi
8	@iamokay.id	37,2K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Mengunggah konten seminggu sekali - Konten mencantumkan sumber informasi - Memiliki konten bervariasi
9	@tabula.id	25,3K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Sering mengunggah konten - Tidak mencantumkan sumber informasi
10	@intotheightid	11,3K	<ul style="list-style-type: none"> - Topik terkait kesehatan mental - Sering mengunggah konten setiap hari - Tidak mencantumkan sumber informasi

Pada Tabel 1, telah disajikan 10 akun Instagram yang memiliki kriteria konten untuk menyerukan kesehatan mental. Akun Instagram @menjadimanusia.id telah menjadi akun dengan pengikut terbanyak yaitu mencapai 1,1 juta pengikut. Terdapat berbagai perbedaan isi konten dan peminat dalam tiap akun yang menyerukan kesehatan mental tersebut. Konten yang disuguhkan oleh akun Instagram @menjadimanusia.id sangat beragam, konsep setiap konten yang diberikan juga dibungkus dengan yang tidak monoton. Menurut artikel BeautyNesia, individu perlu menjalani keseharian dengan aura yang positif dan beberapa akun di atas merupakan akun yang dinilai dapat memberikan edukasi terkait Kesehatan mental (Aulika, 2022). Antusias pada akun Instagram @menjadimanusia.id juga sangat terlihat cukup tinggi jika dibanding 9 akun lainnya. Pada konten @meaningful.me, konten yang ditawarkan tidak begitu banyak pilihan dan memiliki interaksi yang minim.

Sebuah studi yang dilakukan (Priana et al., 2022), berjudul "Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dan pengaruhnya terhadap pemenuhan Informasi Kesehatan Mental Pengikutnya," menjadi rujukan utama para peneliti dalam mengarahkan penelitian mereka. Penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara penggunaan akun media sosial Instagram @riliv dan kebutuhan akan informasi terkait kesehatan mental. Selanjutnya, sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Desfiana & Karsa, 2021), mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara semakin berkualitas isi media maka semakin terpenuhi pula kebutuhan informasi followers.

Berangkat dari penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap pemenuhan informasi. Oleh karenanya, maka diperlukan adanya informasi Kesehatan mental yang ditujukan kepada masyarakat, agar mendapatkan informasi yang cukup guna mengatasi permasalahan terkait Kesehatan mental. Berbagai informasi tersebut ditemukan oleh masyarakat melalui banyak cara antara lain melalui media sosial.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten Instagram @menjadimanusia.id sebagai pemenuhan informasi kesehatan mental. Selain memberikan wawasan yang lebih baik tentang peran media sosial dalam kesehatan mental, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan berharga bagi praktisi kesehatan mental dan para pembuat konten di media sosial untuk menciptakan konten yang lebih informatif dan mendukung kesehatan mental masyarakat secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification sebagai acuan dalam membuat penelitian ini. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Konten Instagram @menjadimanusia.id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental".

2. Research Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online kepada 400 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @menjadimanusia.id. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan metode Product Moment Pearson Correlation. Data

yang dikumpulkan dianalisis menggunakan uji koefisien korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (konten Instagram) dan variabel dependen (pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental). Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana untuk mengukur pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

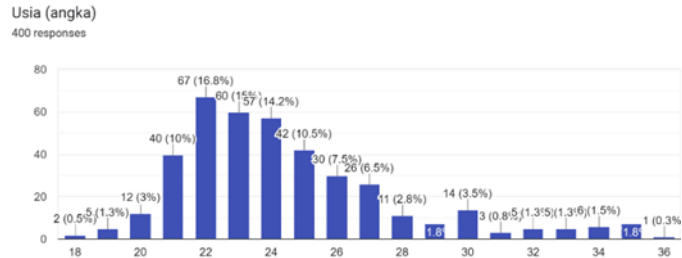
3. Results and Discussions

3.1. Karakteristik Responden

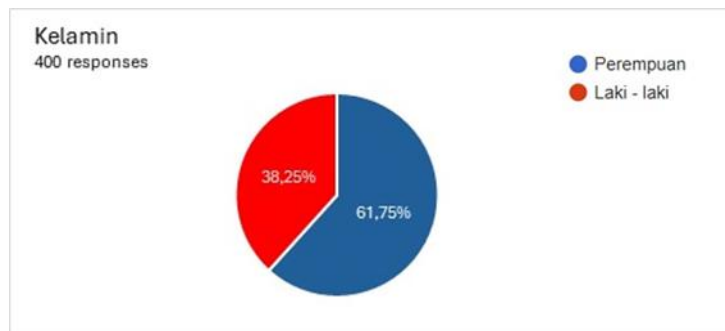
Dalam penelitian ini data didapatkan melalui penyebaran Kuisisioner online untuk mengetahui besaran pengaruh media sosial Instagram @menjadimanusia.id sebagai pemenuhan informasi terhadap followers. Kuisisioner dibagikan kepada sampel sesuai rumus perhitungan Slovin sehingga diperoleh sebanyak 399,85 dan dibulatkan menjadi 400 responden. Kuisisioner terdiri dari 20 butir pertanyaan. Dari data 400 responden yang telah dikumpulkan kemudian akan diolah sesuai Teknik analisis data yang sudah ditentukan. Pada penelitian ini, peneliti sudah mendapatkan responden sebanyak 407, 6 responden diantaranya tidak memenuhi kriteria dan 1 data responden tidak digunakan karena telah mencapai batas responden yang dibutuhkan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebanyak 400 responden sebagai orang yang mengetahui besaran pengaruh konten media sosial Instagram @menjadimanusia.id sebagai pemenuhan informasi kesehatan mental. Karakteristik yang ada pada penelitian digunakan untuk mengetahui latar belakang para responden dimana dapat membantu mendeskripsikan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Terdapat beberapa karakteristik pada penelitian ini seperti usia, kelamin, dan pekerjaan

3.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

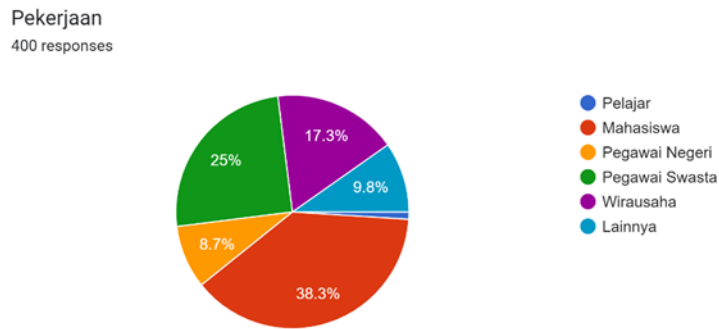


Gambar 5. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



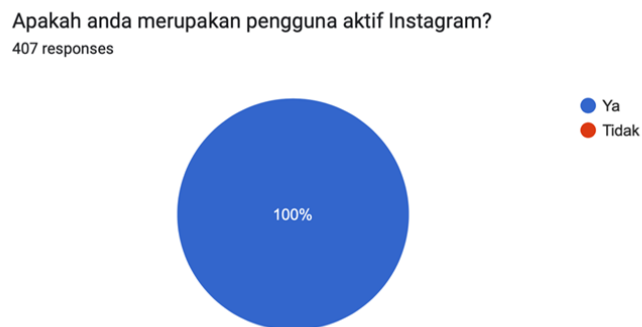
Gambar 6. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin

3.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

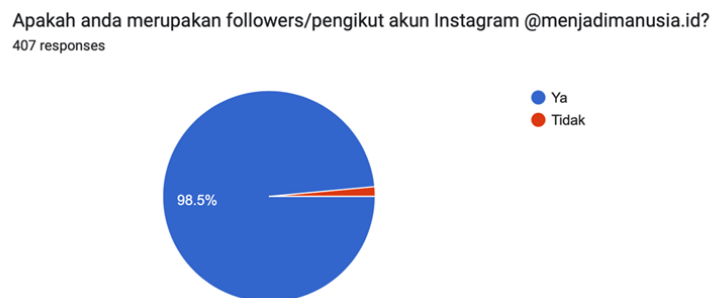


Gambar 7. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

3.1.3. Screening Question



Gambar 8. Screening Question 1



Gambar 9. Screening Question 2

3.2. Hasil Penelitian

3.2.1. Analisis Deskripsi Pengaruh Konten Media Sosial (X)

Tabel 2. Analisis Deskriptif Pengaruh Konten Media Sosial

No	Pertanyaan	Pilihan				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	%
		STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)				
Context									
1	Format pesan yang disampaikan @menjadimania.id menarik	92	29	234	45	400	1032	1600	64,50
2	Format pesan yang disampaikan @menjadimania.id informatif.	88	35	238	39	400	1028	1600	64,25
3	Bahasa yang disampaikan @menjadimania.id mudah untuk dipahami.	56	74	202	68	400	1082	1600	67,63
4	menjadimania.id rutin membagikan konten informasi yang <i>up to date</i> kepada <i>followers</i> .	96	53	202	49	400	1004	1600	62,75
5	Konten informasi kesehatan mental @menjadimania.id diberikan secara akurat.	65	91	207	37	400	1016	1600	63,50
Perhitungan Skor Atas Dimensi Context							5162	8000	64,53
Communication									
6	@menjadimania dapat menerima saran <i>followers</i> .	54	38	276	32	400	1086	1600	67,88
7	Respon @menjadimania.id sesuai dalam menjawab pertanyaan dari <i>followers</i> .	95	37	242	26	400	999	1600	62,44
Perhitungan Skor Atas Dimensi Communication							2085	3200	65,16
Collaboration									
8	Konten @menjadimania.id memudahkan <i>followers</i> untuk mendapatkan informasi terkait kesehatan mental.	117	59	178	46	400	953	1600	59,56
9	menjadimania bekerja sama dalam memberikan informasi yang bermanfaat	106	66	165	63	400	985	1600	61,56

Pertanyaan Variabel Konten Social Media (X)									
No	Pertanyaan	Pilihan				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	%
		STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)				
Perhitungan Skor Atas Dimensi Collaboration							1938	3200	60,56
Connection									
10	menjadimania.id membagikan informasi terkait kesehatan mental secara konsisten.	21	47	282	50	400	1161	1600	72,56
11	Followers dapat mencari kembali informasi terkait kesehatan mental yang terlewatkan melalui media sosial Instagram @menjadimania.id.	83	70	229	18	400	982	1600	61,38
Perhitungan Skor Atas Dimensi Connection							2143	3200	66,97
Jumlah rata-rata total							11.328	17.600	64,31

3.2.2. Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 3. Jawaban Responden Terhadap Variabel Pemenuhan Informasi (Y)

Pertanyaan Variabel Pemenuhan Informasi (Y)									
No	Pertanyaan	Pilihan				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	%
		STS (1)	TS (2)	S(3)	SS (4)				
Current Need Approach									
12	Followers mendapatkan informasi terkini mengenai kesehatan mental melalui @menjadimania.id.	11	118	211	60	400	1120	1600	70,00
13	Followers memilih @menjadimania.id disaat ingin mencari tahu seputar informasi kesehatan mental.	83	69	174	74	400	1039	1600	64,94
Perhitungan Skor Atas Dimensi Current Need Approach							2159	3200	67,47
Everyday Need Approach									
14	menjadimania.id memberikan isu terkini kesehatan mental secara cepat.	65	60	248	27	400	1037	1600	64,81
15	menjadimania.id memberikan informasi terkait kesehatan mental	46	33	298	23	400	1098	1600	68,63

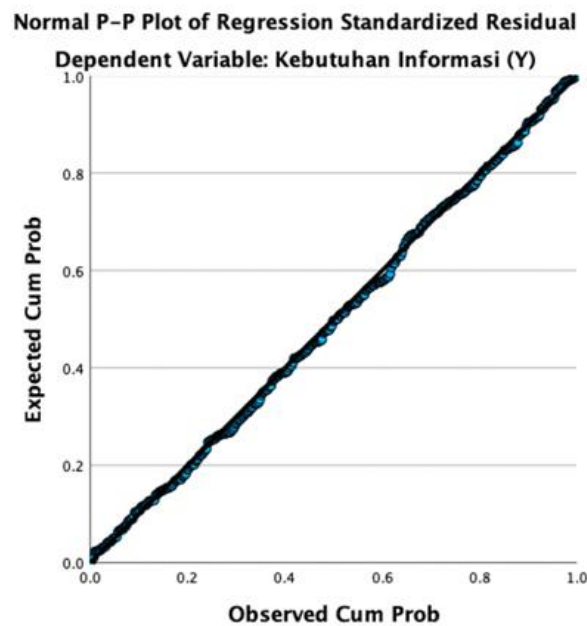
Pertanyaan Variabel Pemenuhan Informasi (Y)									
No	Pertanyaan	Pilihan				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	%
		STS (1)	TS (2)	S(3)	SS (4)				
	secara rutin kepadafollowers.								
Perhitungan Skor Atas Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>							2135	3200	66,72
<i>Exhaustive Need Approach</i>									
16	Followers mendapatkan informasi mengenai kesehatan mental melalui Instagram @menjadimanusia.id secara mendalam.	81	73	184	62	400	1027	1600	64,19
17	Followers mendapatkan informasi kesehatan mental sesuai dengan kebutuhan melalui Instagram @menjadimanusia.id.	53	64	196	87	400	1117	1600	69,81
18	Followers mendapatkan informasi kesehatan mental melalui Instagram @menjadimanusia.id secara berkelanjutan.	24	104	219	53	400	1101	1600	68,81
Perhitungan Skor Atas Dimensi <i>Exhaustive Need Approach</i>							3245	4800	67,60
<i>Catching-up Need Approach</i>									
19	Instagram @menjadimanusia.id memberikan informasi kesehatan mental dengan ringkas dan jelas.	43	90	208	59	400	1083	1600	67,69
20	Informasi yang diberikan melalui @menjadimanusia.id adalah data sebenarnya.	27	81	250	42	400	1107	1600	69,19
Perhitungan Skor Atas Dimensi <i>Catching-up Need Approach</i>							2190	3200	68,44
Jumlah rata-rata total							9729	14.400	67,55

3.2.3. Methode of Succesive Interval (MSI)

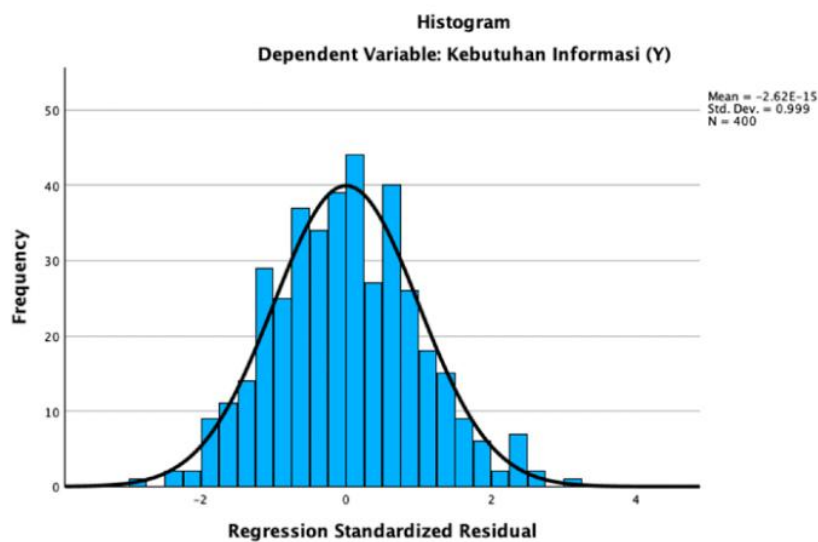
Data awal yang ada dalam penelitian ini merupakan data yang berbentuk ordinal. Oleh karena itu, data ordinal tersebut perlu untuk diubah menjadi data berbentuk interval sebagai bentuk syarat pada pengujian. Perubahan data berbentuk ordinal ke bentuk interval pada penelitian ini menggunakan Methode of Succesive Interval (MSI) melalui Microsoft Excel dan hasil data interval akan dicantumkan pada lampiran dalam penelitian ini

3.2.4. Uji Asumsi Klasik

3.2.4.1. Uji Normalitas



Gambar 10. Hasil Uji Normalitas Probability Plot



Gambar 11. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.64728474
Most Extreme Differences	Absolute		.028
	Positive		.028
	Negative		-.015
Test Statistic			.028
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.641
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.629
		Upper Bound	.653

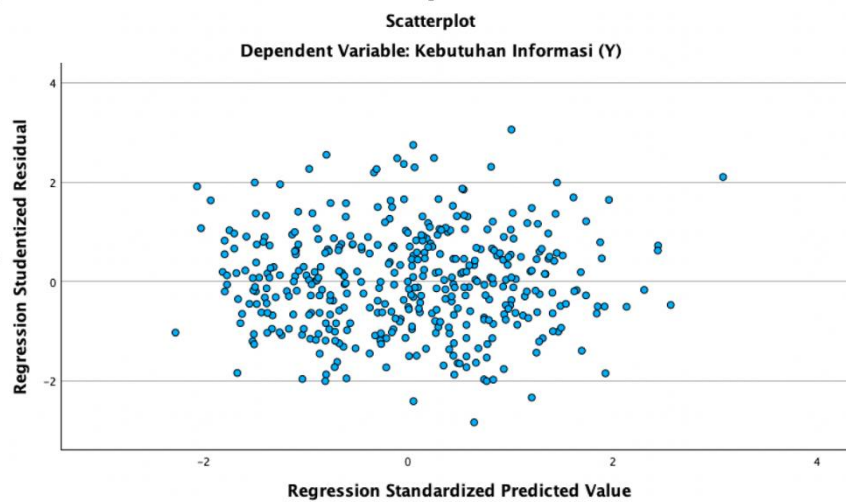
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

3.2.4.2. Uji Linearitas

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sig.
Kebutuhan Informasi (Y) * Konten Media Sosial (X)	Between Groups	(Combined)	.023
		Linearity	<.001
		Deviation from Linearity	.578
	Within Groups		
	Total		

3.2.4.3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 12. Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

3.2.5. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 6. Koefisien Korelasi

Correlations			
		Konten Media Sosial	Kebutuhan Informasi
Konten Media Sosial	Pearson Correlation	1	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3.2.6. Koefisien Determinasi

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.475	.473	2.65061

a. Predictors: (Constant), Konten Media Sosial (X)

b. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi (Y)

3.2.7. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	13.710	.586		23.401	< .000
	Konten Media Sosial (X)	.404	.021	.689	18.961	< .000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi (Y)

3.2.8. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian akan diterima atau ditolak. Melalui uji t maka akan diketahui apakah variabel Konten Media Sosial (X) akan meningkatkan variabel Kebutuhan Informasi (Y) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Berdasarkan data yang ada pada tabel hasil analisis regresi dapat dilihat bahwa hasil penelitian memiliki nilai thitung sebesar 18,961. Hasil uji t kemudian akan dikaitkan dengan hipotesis awal penelitian yaitu:

H0: $\beta = 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi.

Ha: $\beta \neq 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi.

Dasar pengambilan keputusan:

Jika thitung > ttabel maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya Terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi.

Taraf α yang digunakan adalah 5% sehingga diperoleh $\alpha/2 = (5\%)/2 = 2,5\%$ dengan derajat kebebasan $df = n - 2$, sehingga nilai df -nya adalah 398. Berdasarkan informasi tersebut, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,249.

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 18,961. Sedangkan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% dan $df = 400 - 2 = 398$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,249. Berdasarkan hasil tersebut karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($18,961 > 2,249$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi

3.3. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan data kuesioner yang telah disebarakan kepada 400 responden tersebut disesuaikan berdasarkan kriteria sampel dimana Pengaruh Konten Instagram @menjadimanusia.id Terhadap Pemenuhan Informasi Kesehatan Mental. Dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa karakteristik responden yaitu berdasarkan usia dan pekerjaan.

Karakteristik berdasarkan dengan usia sebanyak 400 pengikut @menjadimanusia.id berusia 18-36 tahun. Pengikut terbanyak didominasi oleh generasi Z yang memiliki rentang usia 14 – 28 tahun sebanyak 352 responden (88%), lalu diikuti oleh generasi Y dengan rentang usia 29 – 43 tahun sebanyak 48 responden (12%). Dapat disimpulkan bahwa generasi Z dinilai lebih membutuhkan informasi Kesehatan mental.

Karakteristik berdasarkan pekerjaan sebanyak 4 responden (1%) adalah pelajar, sebanyak 153 responden (38,2%) adalah mahasiswa, sebanyak 35 responden (8,7%) adalah pegawai negeri, sebanyak 100 responden (24%) adalah pegawai swasta, sebesar 70 responden (17,5%) adalah wirausaha, dan 39 responden (9,7%) memilih lainnya. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh konten media sosial Instagram @menjadimanusia.id sebagai pemenuhan informasi kesehatan mental didominasi oleh orang dengan status mahasiswa sebesar 38,2% atau 153 responden yang membutuhkan berbagai informasi kesehatan mental terkini.

Berdasarkan analisis deskriptif dalam penelitian ini menghasilkan penilaian dari variabel konten media sosial (X). Menurut (dalam Solis, 2010) terdapat empat poin yang dipertimbangkan dalam efektivitas konten media sosial yang terdiri dari context, communication, collaboration, connection. Variabel ini telah mendapatkan nilai rata – rata skor total sebesar 64,31% dengan penjabaran dari setiap dimensi konten media sosial (X) sebagai berikut:

Analisis deskriptif dimensi context dalam penelitian ini mendapatkan hasil nilai presentase sebesar 64,53% dengan kategori tinggi. Berdasarkan pernyataan pelanggan terkait dari data tersebut membuktikan bahwa pengaruh context konten media sosial Instagram @menjadimanusia.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental yang terjadi dengan baik.

Analisis deskriptif dimensi communication dalam penelitian ini menghasilkan nilai presentase sebesar 65,16% dengan kategori tinggi. Berdasarkan pernyataan dari data tersebut membuktikan bahwa @menjadimanusia.id dapat berkomunikasi dengan cara dapat menerima saran followers serta memberi respon yang sesuai atas pertanyaan followers yang terjadi dengan baik.

Analisis deskriptif dimensi Collaboration dalam penelitian ini menghasilkan nilai presentase sebesar 60,56% dengan kategori rendah. Berdasarkan pernyataan dari data tersebut membuktikan bahwa collaboration Instagram @menjadimanusia.id dengan pihak lainnya dirasa masih kurang oleh para pengikut.

Analisis deskriptif dimensi Connection dalam penelitian ini menghasilkan nilai presentase sebesar 66,97% dengan kategori tinggi. Berdasarkan pernyataan pelanggan dari data tersebut membuktikan bahwa connection Instagram @menjadimanusia.id sering posting informasi secara lengkap diterapkan dengan baik.

Dalam variabel konten media sosial (X), dimensi connection mendapatkan presentase paling tinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya. Menurut (Ramadhan & Humaira, 2023), menjelaskan efektivitas komunikasi dapat tercapai apabila memenuhi beberapa kriteria seperti penerima atau pemakai, isi pesan, ketepatan waktu, media/saluran komunikasi, format, sumber pesan. Dalam hal ini Menjadi Manusia telah memenuhi beberapa kriteria seperti isi pesan dan format yang menarik serta mudah dipahami, konsisten dalam membagikan konten, serta selalu memberikan informasi dengan mencantumkan sumber sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Dengan ini Menjadi Manusia dapat menjadi akun Instagram yang efektif guna memenuhi kebutuhan informasi Kesehatan mental.

Selanjutnya berdasarkan analisis deskriptif dalam penelitian ini menghasilkan penilaian dari variabel pemenuhan informasi (Y). menurut data yang telah didapatkan variabel ini memiliki nilai rata-rata skor total presentase sebesar 67,55% dengan penjabaran dari setiap dimensi pemenuhan informasi (Y) sebagai berikut:

Analisis deskriptif dimensi Current Need Approach menghasilkan nilai presentase sebesar 67,47% yang termasuk dalam kategori tinggi. Dari pernyataan tersebut membuktikan bahwa followers mendapatkan informasi terbaru mengenai kesehatan mental di media sosial Instagram @menjadimanusia.id yang diterapkan dengan baik.

Analisis deskriptif dimensi Everyday need Approach menghasilkan nilai presentase sebesar 66,72% yang termasuk dalam kategori tinggi. Dari pernyataan tersebut membuktikan bahwa followers mendapatkan informasi secara rutin dari akun @menjadimanusia.id mengenai informasi kesehatan mental yang diterapkan dengan baik.

Analisis deskriptif dimensi Exhaustive Need Approach menghasilkan nilai presentase sebesar 67,60% yang termasuk dalam kategori tinggi. Dari pernyataan tersebut membuktikan bahwa followers telah ketergantungan informasi mengenai kesehatan mental di media sosial Instagram @menjadimanusia.id yang diterapkan dengan baik.

Analisis deskriptif dimensi Catching-up Need Approach menghasilkan nilai presentase sebesar 68,44% dengan kategori tinggi. Dari data tersebut membuktikan bahwa followers mendapatkan informasi kesehatan mental secara ringkas dan jelas dan data sebenarnya di media sosial Instagram @menjadimanusia.id yang sudah diterapkan dengan baik.

Dalam variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y), dimensi Catching-up need approach mendapatkan hasil tertinggi. (McQuail, 2011), Kebutuhan dating dari pengalaman individu yang terkadang media massa dapat membantu individu dalam membangun kesadaran akan suatu kebutuhan dan berkaitan dengan situasi sosial. Menurut Schramm, informasi merupakan julukan yang ditujukan kepada berbagai proses Dimana menerima sebuah pesan mengurangi ketidaktahuan penerima (Anwar, 2011). Maka dari itu, akun Instagram Menjadi Manusia mampu dalam menyajikan kebutuhan informasi pengikutnya, baik dalam kebutuhan sehari-hari, kebutuhan informasi yang mendalam, serta mampu menyajikan informasi secara ringkas dan menyeluruh terkait informasi Kesehatan mental.

Pada penelitian ini diperoleh hasil data menggunakan bantuan software IBM SPSS 27. Olah data tersebut menghasilkan bahwa terdapat pengaruh konten media sosial Instagram @menjadimanusia.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental. Hal ini dibuktikan dari nilai $0,000 < 0,05$ di mana terjadi hubungan yang signifikan dan bernilai 0,727 yang menyatakan pengaruh yang kuat serta searah berdasarkan dari uji koefisien korelasi. Selain itu dari hasil uji determinasi dihasilkan pengaruh konten media sosial dihasilkan sebesar 47,5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh

Selanjutnya adalah regresi linear $Y^{\wedge}=13.710+0.404X$ bahwa terdapat pengaruh dari konten media sosial Instagram @menjadimanusia.id terhadap pemenuhan informasi kesehatan mental yang bernilai positif. Kemudian uji hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 18.961 > t tabel 2,249 yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima atau variabel pengaruh dari konten media sosial (X) berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Dalam penelitian ini, dari 400 responden yang dijadikan sampel penelitian, konten media sosial Instagram @menjadimanusia.id memiliki pengaruh sebesar 47,5% sebagai alat pemenuhan informasi yang menurut mereka sebagai sumber yang paling baik di media sosial Instagram. Teori Uses and gratification menurut Nurdin dalam (Helen & Rusdi, 2018) mengatakan bahwa penggunaan media disini berperan aktif dalam memilih media mana yang menurut mereka adalah media yang paling baik untuk digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan, salah satunya adalah dengan cara membaca melalui media.

Kemudian peneliti menyimpulkan dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Hasil ini lebih rendah dari penelitian terdahulu yang dilakukan (Nia & Loisa, 2019) yang membahas tentang pengaruh penggunaan New Media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dilakangan Ibu rumah tangga pada media sosial facebook yang memberikan pengaruh sebesar 69,4% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, yaitu menunjukkan kategori dengan baik.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial akun Instagram @menjadimanusia.id merupakan faktor yang memiliki pengaruh sangat tinggi sebagai pemenuhan informasi seputar kesehatan mental bagi para followersnya. Semakin tinggi tingkat context, communication, collaboration, dan connection sebagai dimensi dari konten media sosial, maka semakin tinggi pula pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental penggunaanya (current need approach, everyday need approach, eshaustive need approach, catching-up need approach).

4. Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya terkait pengaruh konten Instagram @menjadimania.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental dimendapatkan hasil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang kuat, positif, dan signifikan dari kebutuhan informasi kesehatan mental @menjadimania.id telah menghasilkan presentase tiap variabel dengan kategori tinggi yaitu menunjukkan kategori dengan baik dalam konten media sosial (X) sebesar 64,31% dan pemenuhan informasi (Y) sebesar 67,55%. Berdasarkan uji koefisien determinasi pengaruh konten media sosial Instagram @menjadimania.id terhadap pemenuhan informasi kesehatan mental menghasilkan 47,5% terdapat pengaruh pemenuhan informasi Kesehatan mental yang menurut mereka sebagai sumber yang paling baik di media sosial Instagram, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang ada di luar dari penelitian ini.

References

- Anwar, S. (2011). Sikap Manusia: Teori dan Pengukuran. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Arrahmah, S. (2022). Kasus Mahasiswa UGM Bunuh Diri, Bukti Darurat Kesehatan Mental Remaja. Nu.or.Id. <https://www.nu.or.id/nasional/kasus-mahasiswa-ugm-bunuh-diri-bukti-darurat-kesehatan-mental-remaja-5G5ef>
- Astuti, D. R. (2019). Motif Perawat sebagai Profesi dan Pelaku Komunikasi Terapeutik. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 189–210.
- Aulika, P. R. (2022). *Catat! ini 5 akun Bermanfaat Seputar Kesehatan Mental yang Bisa kamu Follow di Instagram*. Www.Beautynesia.Id. <https://www.beautynesia.id/wellness/catat-ini-5-akun-bermanfaat-seputar-kesehatan-mental-yang-bisa-kamu-follow-di-instagram/b-249438>
- Ayu, R. (2020). *Darurat Kesehatan Mental bagi Remaja*. Egsa.Geo.Ugm.Ac.Id. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/11/27/darurat-kesehatan-mental-bagi-remaja/>
- dalam Solis, C. H. (2010). Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. *New Jersey, Canada*.
- Desfiana, M. F. R., & Karsa, S. I. (2021). Hubungan penggunaan Instagram simamaung dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 23–29.
- Djohan, S. E., Lestari, R. D., Lestari, E., & Napitu, I. C. (2022). Gangguan mental emosional dan depresi pada remaja. *HealthCare Nursing Journal*, 4(2), 429–434.
- Fajria, C. A., & Rahayu, A. A. W. (2023). SOSIALISASI PENTING NYA KESADARAN KESEHATAN MENTAL PADA MASYARAKAT DESA LEMAHKARY. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), 5792–5801.
- Helen, H., & Rusdi, F. (2018). Pengaruh penggunaan media sosial akun instagram@ jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Prologia*, 2(2), 355–362.
- Hidayat, N. A. S. N., Septian, R. N., & Herlambang, Y. T. (2024). Sosial Media dalam Masyarakat sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi. *UPGRADE: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(2), 73–80.
- Lestarina, N. N. W. (2021). Pendampingan remaja sebagai upaya peningkatan kesehatan mental remaja di Desa Laban Gresik. *PIKAT*, 2(1), 1–6.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Napoleoncat. (2023). *Pengguna Instagram di Indonesia*. Napoleoncat.Com. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/>
- Nia, L., & Loisa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489–497.
- Priana, A., Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram@ riliv dengan

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85–97.

- Rahmasari, A., & Adiyanto, W. (2023). Representasi Kesehatan Mental Dalam Lirik Lagu Secukupnya Karya Hindia (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 11764–11777.
- Ramadhan, A. S. G., & Humaira, S. (2023). The Effectiveness of Communication on Generasi Pesona Indonesia's Instagram in Fulfilling Tourism Information Needs. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 23–29.
- Shabrina, A., Prathama, A. G., & Ninin, R. H. (2021). Persepsi stigmatisasi dan intensi pencarian bantuan kesehatan mental pada mahasiswa S1. *Jurnal Psikologi*, 17(1), 80–92.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55.
- Zulfikar, F. (2024). *Survei: 17,9 Juta Remaja Indonesia Punya Masalah Mental, Ini Gangguan yang Diderita*. Detik.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7150554/survei-17-9-juta-remaja-indonesia-punya-masalah-mental-ini-gangguan-yang-diderita>