

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah gangguan kesehatan mental merupakan hal yang sulit diselesaikan untuk beberapa orang. Berdasarkan Data Riskedas tahun 2018, gangguan mental secara emosional dialami penduduk Indonesia dengan usia 15 tahun keatas yang jumlahnya sebanyak lebih dari 19 juta penduduk. Gangguan depresi juga dialami oleh remaja di usia yang sama berjumlah diatas 12 juta penduduk (Rokom, 2021). Bahkan di tahun 2022, Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) mengungkapkan bahwa remaja Indonesia dengan usia 10-17 tahun mengalami gangguan kesehatan mental sebanyak 5,5% berupa rasa cemas yang tinggi, tingkat konsentrasi yang rendah, dan bahkan sering merasa kesepian. Sekitar 2,45 juta remaja di Indonesia sedang mengalami gangguan secara mental selama 12 bulan terakhir dimana mengacu pada Manual Diagnostik dan Statistik Gangguan Mental (DSM-V) yang sebelumnya telah diterbitkan oleh American Psychological Association (APA) (Kurniawan, Moh Afaf E, 2022). Bahkan mirisnya gangguan mental depresi juga dialami oleh remaja usia 15 hingga 24 tahun yang condong mempunyai kemauan untuk *self harm*. Angkanya pun menyentuh 6,2% dan ini juga berdampak munculnya keinginan untuk bunuh diri yang 80-90% penyebabnya adalah kecemasan dan depresi. Mahasiswa menjadi salah satu dari kalangan remaja yang mempunyai rencana untuk bunuh diri dan menurut ahli suicidologist 6,9% adalah mereka, serta 3% lainnya sudah mulai untuk percobaan menjalankan aksi tersebut (Farika, Mirza, & Romas, 2024). Apabila keadaan tersebut tidak cepat diatasi, dampak yang dirasakan akan semakin buruk dan mengganggu aktivitas sehari-hari. Kondisi ini patut menjadi perhatian semua pihak, khususnya untuk mereka yang berkompeten.

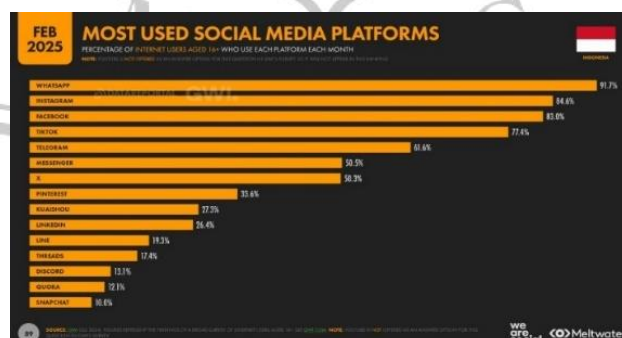
Kondisi mental yang sehat jika individu memiliki ciri dimana seseorang akan merasakan kebahagiaan terhadap dirinya sendiri, muncul perasaan nyaman saat berhubungan dengan orang lain, dan mampu menyelesaikan segala tuntutan hidup (Putri, Wibhawa, & Gutama, 2015. p. 254). Sedangkan mental yang tidak sehat ialah gangguan yang muncul pada individu dimana itu dapat menghalanginya untuk berperilaku hidup secara sehat. Gangguannya pun terbatas, bisa diawali dengan ke-non stabil-an emosional hingga minimnya kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan sekitar maupun dirinya sendiri (Nasrullah, Sulaiman, 2021, p. 207).

Riset yang dilakukan oleh Kaligis, dkk (2021) pada remaja umur 16-24 tahun mengalami gangguan jiwa karena kondisi biologis, emosional, dan psikologis di umur tersebut masih berkembang dan belum stabil. Usia tersebut merupakan masa peralihan dari remaja ke dewasa, sehingga mereka banyak menemui pengalaman baru dari sebelumnya mulai dari sulitnya beradaptasi dalam mengatur waktu, keuangan, dan menghadapi lingkungan sosial (Kaligis, 2021). Sebanyak 89,8% remaja usia 16-24 tahun memilih untuk menyelesaikan masalah yang dialaminya dengan mencari informasi di internet dan banyak diantara mereka memilih untuk menggunakan layanan kesehatan jiwa yang dapat diakses secara online sejumlah 84,5% (Kaligis dkk, 2021).

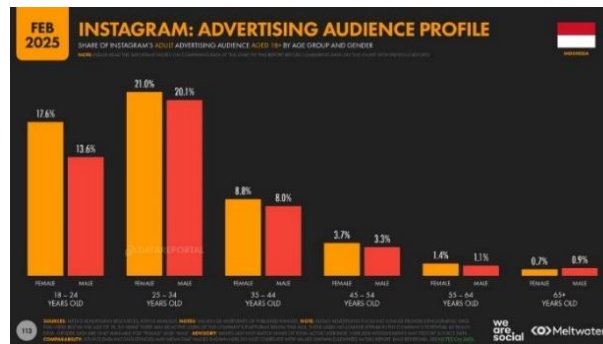
Beragam latar belakang kondisi kesehatan mental seseorang dapat memberikan motif dan kepuasan yang berbeda jika membaca pesan edukasi kesehatan mental di berbagai media. McQuail mengatakan (dalam Humaizi, 2018, p. 32) ada beberapa motif seseorang ketika memakai media, yaitu sebagai hiburan, identitas pribadi, informasi, dan menggunakan media sebagai interaksi sosial. Pada model teori *Uses and Gratification* lainnya yang disebutkan oleh Katz et,al (dalam Humaizi, 2018, p. 22) pendekatan ini menjelaskan jika terdapat faktor sosial dan psikologis individu untuk bisa memenuhi

kebutuhannya, dimana munculah harapan-harapan pada media massa yang akan berpengaruh dalam pemuasan kebutuhan. Berdasarkan ciri-ciri demografis seseorang, maka akan berpengaruh pada keperluan yang dibutuhkannya terkait dengan media. Keperluan tersebut dikategorikan menjadi kognitif, afektif, *escapism*, integratif sosial, dan integratif individu.

Media merupakan salah satu institusi sosial yang menjalankan peran-peran sosial, salah satunya adalah peran edukasi. Sejalan dengan perkembangan teknologi, media massa konvensional kini bukan satu-satunya. Kini ada media yang dikelola secara mandiri oleh personal maupun oleh komunitas yang menggunakan platform sosial media yang dikenal juga sebagai media baru. Sesuai klasifikasinya, media baru memiliki beberapa ciri seperti media interpersonal (*e-mail* dan *handphone*), media pencari informasi (*search engine*), media permainan komunikatif (permainan di internet), dan media partisipasi bersama-sama dimana internet dimanfaatkan sebagai alat untuk saling membagi dan menukar informasi, pengalaman, pendapat, dan berhubungan satu sama lain melalui komputer yang semata-mata bukan hanya alat saja, tetapi juga bisa memunculkan emosional dan afeksi (McQuail, 2000). Media sosial adalah suatu media baru komunikasi yang terhubung melalui jaringan dan dapat dimanfaatkan untuk mencari, mendapatkan, dan bertukar informasi serta untuk penerapannya perlu literasi media yang baik (Kurnia, Johan, & Rullyana, 2018, p. 4)



Gambar 1. 1 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia (pada wearesocial.com, 2025 diambil pada bulan Februari, 2025)

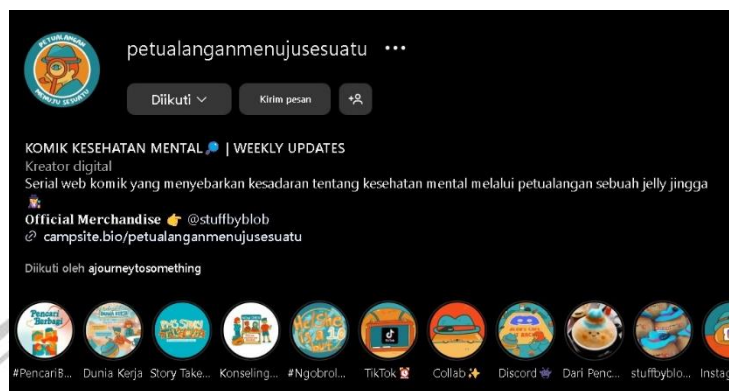


Gambar 1. 2 Target Promosi Konten Iklan Instagram di Indonesia (pada wearesocial.com, 2025 diambil pada bulan Februari, 2025)

Platform media sosialpun berkembang sedemikian rupa. Berbagai macam platform ditawarkan, salah satunya Instagram. Pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan laporan wearesocial.com (2025) mencapai 103 juta orang yang memilih untuk memenuhi kebutuhan konten visualnya. Instagram menduduki peringkat kedua setelah WhatsApp sebagai akun yang paling sering digunakan pada tahun tersebut. Salah satu urutan terbesar kedua, pengguna dengan usia 18-24 tahun menjadi target untuk jangkauan promosi iklan secara visual dengan jenis kelamin pria mendapati jumlah 13,6% dan jenis kelamin perempuan berjumlah 17,6%. Ini merupakan pengguna Instagram tertinggi kedua di Indonesia berdasarkan usia setelah pengguna yang berusia 25-34 tahun.

Beberapa komunitas menggunakan Instagram untuk memberikan informasi dan mengedukasi mengenai kesehatan mental. Berdasarkan tujuannya, akun-akun ini dibuat untuk membantu *followers* mereka agar tidak merasa sendirian apabila mengalami masalah khususnya terhadap kesehatan mental. Menurut artikel Magdalene.co, terdapat akun-akun Instagram yang membahas tentang kesehatan mental dengan tujuan tersebut, diantaranya seperti : @gethappy.id yang menggunakan desain gambar warna-warni juga tulisan menarik sebagai bentuk motivasi dan edukasi tentang kesehatan mental ; @duduk.dulu menyertakan kalimat motivasi dan ilustrasi melalui ketidaksetujuan yang sederhana sekali dituangkan melalui bentuk video; @studiodjiwa yang menggabungkan ilustrasi gambar

dengan kalimat bentuk penjelasan secara langsung ke audiens ; dan @petualanganmenujusesuatu yang menggunakan komik sebagai sarana penyebaran stigma positif terhadap kesehatan mental melalui komik digital dan menggunakan karakter tokoh



Gambar 1. 3 Profil akun Instagram @petualanganmenujusesuatu (diambil pada bulan Januari, 2025)

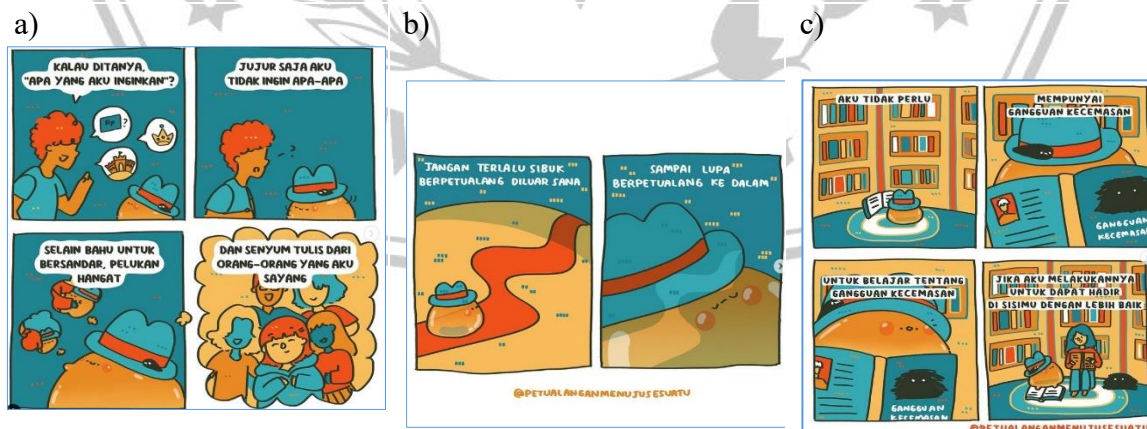
utama yang bernama “Blob” (Amalia, 2019).

Salah satu media yang dimanfaatkan untuk penyampaian pesannya adalah menggunakan komik digital. McCloud mengutip bahwa teknik digital memberikan kemudahan bagi komikus untuk bereksperimen saat membangun suasana, bahkan dapat membuat cerita menjadi “hidup”. Pembaca pun akan merasa tersentuh (Budarti dkk, 2018). Selain itu, komik digital ini juga memudahnya pembaca untuk mengakses komik secara online dan salah satunya bisa menggunakan media sosial. Selain lebih mudah diakses, komik tersebut juga bisa dilihat pada waktu kapan pun dan dimana pun (Sephthimoranie & Oktaviani, 2019).

Berdasarkan pengamatan peneliti, akun Instagram @petualanganmenujusesuatu menjadi akun yang populer di kalangan teman-teman peneliti. Berisikan tentang edukasi kesehatan mental dengan sasaran remaja berusia 18-25 tahun. Komposisi terdiri dari remaja berusia 18-24 tahun sekitar 46% dan usia 25-34 tahun sebanyak 43% per-tahun 2020. Perawal tahun 2025 akun ini telah diikuti oleh 79.100 *followers* dan telah memposting

sebanyak 1.217 kiriman. Daya tarik akun Instagram ini banyak menggunakan komik digital sebagai media penyampaian pesan dari isi konten mereka. Penggunaan komik digital dianggap sebagai teknik komunikasi persuasif. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septhimoranie & Oktaviani (2019) dengan pendekatan kualitatif, komik digital tentang kesehatan mental ini mempunyai tujuan jelas yang akan dipenuhi yaitu ; adanya perubahan sikap secara afektif dengan mengubah stigma negatif masyarakat mengenai kesehatan mental ; lalu perubahan sikap secara kognitif melalui penyebaran tingkat kesadaran pentingnya mental yang sehat ; dan secara konatif dengan memotivasi penderita gangguan mental untuk datang ke tenaga ahli sebagai pusat bantuannya.

Komunikasi Persuasif adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi seseorang sehingga tindakannya akan berubah atas kehendaknya sendiri setelah menerima pesan yang telah diterimanya (Suranto, 2005). Melalui setiap postingan instagramnya, akun @petualanganmenujusesuatu memberikan pesan-pesan persuasif kepada pembaca menggunakan komik digital. Seperti teknik integrasi, penulis akan mengkomunikasikan pesan melalui kata verbal ataupun nonverbal yang digambarkan bahwa ia memiliki “nasib yang sama” dengan pembaca. (Effendy, 2008 pada Probo,2017).



Gambar 1. 4 Contoh postingan Instagram @petualanganmenujusesuatu menggunakan teknik komunikasi persuasif (diambil pada bulan Januari, 2025)

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Septhimoranie & Oktaviani (2019), menyatakan bahwa komunikasi persuasif melalui komik digital akan berhasil mempengaruhi kesehatan mental *followers* apabila memperhatikan strategi visualisasi pesan (secara verbal maupun nonverbal), penentuan saluran, dan melayani umpan balik. Penelitian tersebut dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan penelitian studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semiterstruktur. Sesuai dengan latar belakang tersebut dan saran dari peneliti terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian secara kuantitatif dengan memfokuskan pada motif dan kepuasan *followers* serta kesenjangan kepuasannya dalam mengonsumsi akun @petualanganmenujusesuatu.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa saja motif dan kepuasan yang dirasakan *followers* dalam mengonsumsi akun @petualanganmenujusesuatu?
2. Seberapa besar kesenjangan antara motif dan kepuasan yang diperoleh *followers* saat mengonsumsi akun @petualanganmenujusesuatu?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan, diantaranya :

1. Mengetahui apa saja motif dan kepuasan yang dirasakan *followers* dalam mengonsumsi akun @petualanganmenujusesuatu.

2. Mengetahui seberapa besar kesenjangan antara motif dan kepuasan yang diperoleh *followers* saat mengonsumsi akun @petualanganmenujusesuatu.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan untuk menguatkan atau mengembangkan teori *Uses and Gratification* untuk kajian sosial media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan evaluasi pada akun terkait untuk peningkatan kualitas produk, serta sebagai bagian kontribusi untuk panduan pemilik akun dalam membagi setiap postingannya yang bergantung pada motif dan kepuasan dari pengikut akun tersebut.