

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Media Sosial Sebagai Media Baru (*New Media*)

Akibat dari digitalisasi dan penggunaannya yang meluas sebagai alat komunikasi, media baru mencakup berbagai teknologi komunikasi (McQuil, 2011: 148). Mengingat pesatnya perkembangan teknologi saat ini, inovasi media lama yang dianggap kurang relevan tergantikan oleh media baru. Media lama yang menjadi perhatian antara lain buku, majalah, film, dan televisi. Media lama tersebut bukan lagi tidak terpakai namun, berproses dan diadaptasi dalam bentuk media baru. Media baru atau *new media* dapat didefinisikan sebagai sebuah media yang menekankan format isi, dimana didalamnya dikombinasi dengan teks, gambar, suara dan lainnya dalam format digital dengan sistem penyebarannya menggunakan jaringan internet.

Buku luar biasa Mark Porter "The Second Media Age" dirilis pada tahun 1990. Buku tersebut menjelaskan munculnya periode baru dalam masyarakat serta media baru, teknologi interaktif, dan koneksi jaringan, khususnya di dunia maya (Littlejohn, Stephen W, 2014). Jaringan internet saat ini sangat memudahkan konsumen untuk mengakses berbagai format komunikasi baru. Ada banyak aspek media baru. pertama, aspek seperti kesenangan, hiburan, dan kebiasaan konsumsi media. Kedua, sebagai pendekatan baru untuk menggambarkan dunia sebagai komunitas online. Ketiga, ini adalah jenis kemitraan baru antara pengguna atau individu

dengan teknologi media. Keempat, perspektif baru mengenai individu, identitas, dan komunitas. Kelima, sebagai cara individu menyesuaikan diri dengan teknologi media. Terakhir, membahas akses, kepemilikan, kontrol, legislasi, industri, dan budaya media.

Menurut Mondry (2008), media baru adalah segala bentuk media yang menggunakan jaringan internet untuk melakukan tugasnya. Media online mengacu pada media yang berteknologi maju, interaktif, mudah beradaptasi, dan dapat diakses publik yang dapat diakses oleh khalayak luas atau secara pribadi. Adapun pemaparan komprehensif McQuail (2011) tentang atribut media baru, yang mencakup interaktivitas dan akses jaringan dari beragam khalayak yang bertindak sebagai pengirim dan penerima informasi, serta banyak aplikasi. Melalui sifat-sifat teknologi baru ini, media baru hadir tidak hanya sebagai teknologi baru atau media penghubung yang mengkomunikasikan pesan tetapi juga sebagai sarana hubungan sosial. Menurut Flew (dalam Hastjarjo, 2012), media baru merupakan gabungan dari tiga hal yaitu, komputasi dan teknologi informasi, jaringan komunikasi, media digital, dan konten informasi.

Menurut McQuail (2011), ada sejumlah ciri yang membedakan media baru dengan media tradisional, antara lain:

a. *Interactivity* (Interaktivitas)

Berdasarkan reaksi dan tindakan pengguna dalam kaitannya dengan materi yang dihasilkan oleh pengirim atau sumber pesan.

b. *Social Presence (sociability)*

Sentuhan atau interaksi pribadi yang dapat terjalin melalui penggunaan suatu media dan dialami oleh pengguna.

c. *Autonomy*

Pengguna yakin bahwa mereka tidak bergantung terhadap sumbernya dan memiliki kendali atas konten dan cara penggunaannya.

d. *Playfulness*

Digunakan untuk mencari kesenangan dan hiburan.

e. *Privacy*

Mengenai pemilihan dan pemanfaatan media atau konten tertentu.

f. *Personalization*

Karena setiap orang berbeda, mereka semua berhak memilih sendiri konten apa yang mereka perlukan dan ingin gunakan.

Dengan segala manfaatnya, media telah merambah ke setiap aspek kehidupan manusia. Media sosial merupakan salah satu media baru yang muncul akibat kemajuan zaman dan bentuk media yang berinteraksi dengan pengguna melalui internet dan memungkinkan mereka mengekspresikan siapa diri mereka. Bekerja sama, bertukar pikiran, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menciptakan ikatan sosial virtual atau non-tatap muka. Selain berfungsi sebagai ruang waktu untuk interaksi pengguna, media sosial merupakan platform digital tempat terjadinya realitas sosial. Pada

dasarnya, beberapa ahli yang mempelajari internet meyakini bahwa media sosial mewakili peristiwa yang terjadi di dunia nyata, misalnya plagiarisme (Nasrullah, 2017).

Van Dijk (2013), dikutip dalam Nasrullah (2017), menyatakan bahwa media sosial adalah bentuk media baru yang menekankan pada keberadaan pengguna yang memanfaatkan media untuk mendukung aktivitas dan kerja tim mereka. Dengan demikian, media sosial dapat diartikan sebagai media online (fasilitator) yang membantu pengguna memperkuat ikatan sosialnya. Dengan kata lain, media sosial mengacu pada platform online yang memfasilitasi pengenalan diri, kerja tim, komunikasi, berbagi, dan pengembangan koneksi virtual antar pengguna. Sedangkan komunikasi individu yang bersifat “to be shared one to one” dalam arti saling berbagi antar individu atau dengan siapapun tanpa adanya motivasi pribadi inilah definisi media sosial menurut Meike dan Young 2012 (dalam Nasrullah, 2017). Salah satu jenis kemajuan teknologi adalah media sosial. Dengan perangkatnya yang berkualitas tinggi dan kaya fitur, media sosial memungkinkan banyak orang terlibat dalam aktivitas baru dan memudahkan mereka mengambil dan berbagi gambar.

Ciri-ciri media sosial menurut Nasrullah (2017):

1. *Network* (jaringan), jaringan sosial menjadi salah satu karakteristik dari media sosial karena terbangun dari jaringan atau internet. Karakter dari media sosial adalah untuk membentuk Jaringan antar

penggunanya (user) yang dibantu oleh perangkat teknologi seperti komputer, telepon genggam atau tablet.

2. *information* (informasi), merupakan salah satu karakteristik yang paling penting dari media sosial dimana pengguna media sosial dapat mengkreasikan, mengekspresikan, representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi dengan khalayak luas berdasarkan sebuah informasi. Pada media sosial, informasi menjadi konsumsi oleh pengguna atau khalayak luas.
3. *Archive* (arsip), arsip menjadi karakteristik dari media sosial yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapanpun melalui perangkat apapun. ketika mengakses media sosial dengan memiliki akun di media sosial terlebih dahulu, pengguna secara otomatis membuat penyimpanan data yang dapat diakses oleh siapa saja.
4. *Interactivity* (*interaksi*), merupakan suatu konsep tentang komunikasi yang terjalin antar pengguna dengan menggunakan media baru. Contoh dari interaksi tersebut yakni, saling mengomentari, memberikan like, atau menggunakan fitur yang ada sudah termasuk dalam bentuk sederhana interaksi yang terjalin di media sosial. Interaksi juga bisa diartikan sebagai suatu konsep yang menghapuskan batas ruang serta waktu sehingga dapat digunakan kapan saja tanpa memikirkan jarak dan waktu.
5. *Simulation social* (Simulasi sosial), Fitur ini memberikan kesan bahwa pengguna media sosial tidak bisa lagi membedakan mana

yang asli dan yang hanya ada di layar. Sebab media telah berkembang menjadi realitas terbitannya sendiri dan tidak lagi menampilkan dunia nyata. Realitas sendiri tidak senyata apa yang disajikan di media.

6. *User generated content* (Konten oleh pengguna), menunjukkan bahwa informasi pada platform media sosial adalah milik individu pengguna atau pemegang akun. Pengguna hanya berfungsi sebagai konsumen dan produsen sekaligus.
7. Penyebaran, Saat konten dibuat, pengguna atau khalayak secara aktif menyebarkannya.

Kemampuan media konvensional untuk menjangkau sejumlah pengguna terbatas membedakannya dari media baru. Media sosial, di sisi lain, memiliki basis pengguna yang tidak terbatas. Berdasarkan cakupan demografis, yang mencakup hal-hal seperti jenis kelamin, usia, geografi, dan sebagainya, media sosial dapat menawarkan tujuan bagi pengguna dengan jangkauan yang luas. Media online hadir dalam berbagai bentuk. Ini termasuk ruang obrolan, podcast, jejaring sosial seperti Facebook dan Line, situs mikroblog seperti Twitter, situs berbagi foto dan video seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Snapchat, serta podcast.

2. Media Sosial Instagram

Media Sosial Instagram adalah salah satu jenis konsekuensi atau bentuk dari adanya kemajuan dan perkembangan internet. Instagram dianggap sebagai salah satu hiburan virtual yang saat ini sangat populer di

kalangan. Hal ini dapat dibuktikan dengan pertumbuhan pengguna Instagram secara konsisten. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, Instagram melaporkan peningkatan pengguna aktif bulanan pada bulan April 2017, mencapai sekitar 800 juta akun (Yusuf, 2017). Instagram pada dasarnya adalah aplikasi berbagi foto dan video, bukan platform hiburan virtual atau media sosial lainnya. Yang membedakan Instagram dari bentuk hiburan internet lainnya adalah keunikannya. Selain itu, sistem, fondasi, dan fitur Instagram sering diperbarui. Instagram telah memperbarui fitur-fiturnya sejak diluncurkan pada tahun 2010 untuk menjadikannya lebih komprehensif dan benar-benar menarik. Fitur-fitur yang kini tersedia di Instagram adalah sebagai berikut:

1. *Follower* (Pengikut) dan *Following* (Mengikuti)

Salah satu cara untuk berpartisipasi dalam sistem kerja sosial Instagram adalah dengan mengikuti pengguna lain atau mendapatkan pengikut di platform tersebut. Hasilnya, preferensi postingan dan komentar tambahan pada gambar atau video yang diposting pengguna lain mungkin membantu mengatur percakapan atau komunikasi di antara pengguna Instagram. Pengguna juga dapat menggunakan tautan ke akun hiburan online lainnya, seperti Facebook dan Twitter, untuk mencari teman di Instagram.

2. *Posting* (Mengunggah Foto/Video dengan Caption)

Instagram digunakan sebagai platform bagi pengguna untuk mengirimkan dan bertukar video atau gambar dengan pengguna lain. Ada batasan unggahan 10 gambar atau 10 video bagi pengguna di

Instagram saat berbagi dokumen. Untuk rekamannya sendiri dapat diunggah namun tidak bisa lebih dari satu menit. Pengguna dapat menambahkan judul, deskripsi, dan penjelasan pribadi pada foto sebelum mengunggahnya sesuai keinginan mereka. Untuk mengategorikan gambar pada unggahan, pengguna memiliki opsi untuk memberi nama pada judul foto.

3. Kamera

Gambar yang diambil dengan aplikasi Instagram dapat disimpan. Dengan menggunakan kamera Instagram, pengguna juga bisa langsung memanfaatkan efek yang sudah ada untuk mengubah warna foto sesuai keinginannya.

4. Efek (Filter)

Saat mengedit foto, pengguna dapat menggunakan efek versi dasar Instagram. Pengguna dapat mengubah gambar dengan menerapkan efek, seperti mengatur saturasi, kecerahan, kegelapan, kontras, warna, dan lain sebagainya.

5. Arroba

Pengguna Instagram dapat menandai pengguna lain dengan menambahkan arroba (@) dan nama akun Instagram pengguna lain. Fitur ini serupa dengan yang terdapat di Twitter dan Facebook. Tak hanya di komentar foto, di deskripsi foto pun pengguna bisa menandai pengguna lain. Intinya, menandai pengguna lain dimaksudkan untuk memfasilitasi percakapan dan interaksi dengan mereka yang telah ditandai.

6. Tagar atau Label foto

Label Instagram memungkinkan pengguna untuk lebih mudah mencari foto dengan menggunakan kata kunci tertentu. Akibatnya, orang memberi label pada foto agar lebih mudah ditemukan. Label berguna untuk berbagai jenis penelitian yang melibatkan gambar nyata. Pengguna memiliki pilihan untuk mencantumkan nama, lokasi foto, informasi acara dan lain sebagainya. Ada opsi untuk menambahkan label ke foto yang diunggah yang sesuai dengan data yang ditautkan ke foto tersebut.

7. Geotagging

Bagian Geotag merupakan bagian berikutnya setelah memberikan judul foto. Saat pengguna mengaktifkan GPS mereka, bagian ini akan muncul. Sejalan dengan itu, Instagram dapat mengidentifikasi di mana pengguna Instagram ditemukan. Dengan memberi tag geografis, pengguna dapat diidentifikasi di mana mereka mengambil gambar atau di mana foto tersebut dipindahkan.

8. Jejaring sosial

Pengguna memiliki opsi untuk mengunggah foto-foto ini di Instagram, namun foto-foto tersebut juga dapat dibagikan melalui platform lainnya seperti Facebook dan Twitter dengan mengaitkan akun Instagram tersebut ke media sosial atau akun hiburan virtual lainnya.

9. Tanda suka

Seperti halnya Facebook, Instagram juga menyertakan opsi "suka" yang menandakan bahwa pengguna lain telah menyukai foto yang dikirimkan pengguna lain.

10. Instastory

Instagram Stories disingkat menjadi Instastory. Pengguna Instagram dapat berbagi video atau gambar melalui Instastory, fitur dengan sistem hapus otomatis yang masa berlakunya akan habis setelah 24 jam. Pengguna dapat menerapkan efek di fitur Instastory.

11. Arsip Foto

Fitur ini dapat digunakan sebagai koleksi rahasia atau sebagai media pribadi. Oleh karena itu, pengguna dapat bertukar gambar atau rekaman penting yang dapat mereka lihat.

12. Closefriend

Dengan fungsi ini, pengguna dapat mengirimkan rekaman atau gambar yang hanya dapat dilihat oleh pengguna yang telah mereka tunjuk sebagai "Teman Dekat".

13. Siaran langsung

Dengan bantuan fitur ini, pengguna dapat berkomunikasi dengan pengikutnya secara real time melalui rekaman tanpa batasan durasi.

14. IG TV

Pengguna dapat mengunggah rekaman berdurasi lebih dari satu menit dengan fitur ini dan saat ini rekaman tersebut sudah bisa disimpan dalam umpan profil unggahan.

15. IG Reels

Fitur ini baru saja tersedia di Instagram yang menyediakan pengguna Instagram untuk dapat mengunggah dan melihat hanya video pada satu beranda dengan durasi tertentu dan dapat menambahkan audio, efek, maupun berbagai filter.

Dalam buku berjudul *Instagram Handbook*, Atmoko (2012) mengungkapkan bahwa aplikasi Instagram memuat lima menu dasar, antara lain:

1. Home page

Layar beranda menampilkan gambar terbaru yang diunggah oleh pengguna yang Anda ikuti.

2. Comment

Pengguna dapat meninggalkan komentar di bagian komentar pada foto yang di unggah dengan saran, kritik, atau pujian.

3. Explore

Explore merupakan tampilan gambar atau video yang banyak disukai dan digemari oleh pengguna Instagram saat ini.

4. Profile

Halaman profil adalah halaman yang memberikan gambaran singkat namun lengkap tentang pemilik akun.

5. News Feed

Sebuah fitur yang memfasilitasi penyajian notifikasi untuk berbagai aktivitas yang telah diselesaikan pengguna.

3. Interaktivitas Media Sosial

Saluran interaktif yang memungkinkan pengguna untuk aktif dalam berkomunikasi dan terlibat dalam komunikasi dua arah merupakan pengertian dari *Computer Mediated Communication* (CMC). Menurut Greenberg, dengan adanya teknologi membuat komunikasi yang terjalin lebih mudah dimana CMC dapat menyambungkan jarak geografis yang jauh dan menciptakan komunitas baru yang terdiri dari individu-individu dimana sebelumnya individu tersebut terhalang oleh jarak yang jauh dari jangkauan. CMC dalam pengoperasiannya mencakup beberapa konferensi yakni computer, e-mail, online chat. Keperluan berbasis data, pesan instan dan lingkungan yang berbasis web.

Empat unsur penting yang dimiliki oleh CMC yaitu: (1) Pengguna (*User*) dengan fungsi sebagai pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan). (2) Media (*Medium*) merupakan jenis saluran yang menyediakan fasilitas untuk proses komunikasi dan interaksi sesama pengguna. (3) Pesan (*Message*) yakni pesan yang ingin disampaikan dan didapatkan oleh pengguna menggunakan bantuan media yang digunakan. (4) Pengaturan Komunikasi (*Communication Setting*) adalah waktu dan lingkungan komunikasi yang dapat menyesuaikan dengan waktu yang dimiliki partisipan (Mahmoud & Auter, 2009). Internet hadir untuk mengubah komunikasi dengan beberapa cara dan model-model baru untuk menawarkan berbagai potensi komunikasi yang lebih berkembang dibandingkan oleh media massa sebelumnya. Salah satu fitur media baru adalah Interaktivitas.

“interaksi” merupakan asal kata dari interaktif dalam kamus bahasa Indonesia yang berarti berinteraksi, memberi pengaruh, berinteraksi dan dinamis bersama. Korespondensi adalah komunikasi, dan dalam komunikasi ada interaksi. Interaksi dalam arti terbatas adalah pergerakan untuk saling mempengaruhi. Proses komunikasi untuk menyampaikan pesan yang informatif dari komunikator kepada komunikan dengan disertai Tindakan, pergerakan tanggapan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media sosial disebut dengan komunikasi interaktif. Umpan balik merupakan penilaian komunikan terhadap pesan komunikator, atau sebaliknya. Reaksi terhadap pesan atau kritik merupakan bagian penting dari paradigma komunikasi interaktif (West et al., 2013). Komunikasi interaktif adalah jenis komunikasi media massa dua arah yang menarik minat khalayak yang cukup besar (tinggi).

Interaktivitas sebuah ide dalam studi komunikasi media baru. Salah satu komponen lingkungan digital dapat dikatakan sebagai interaksi. Sederhananya, interaktivitas adalah segala sesuatu yang harus dilakukan melalui komunikasi tatap muka dan komunikasi yang dimediasi secara teknologi (Downes & McMillan, 2000). Kapasitas pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan teknologi dan membentuk setiap pesan yang dibuat dikenal sebagai interaksi. Interaktivitas didefinisikan oleh William, Rice, dan Rogers sebagai siklus komunikasi antar peserta yang bertanggung jawab atas pekerjaan mereka dan mempunyai pilihan untuk menukarnya dengan insentif.

Interaktivitas merupakan ciri komunikasi media, tidak sekedar menerima secara pasif. Hal ini menunjukkan adanya dukungan, kontrol, dan aktivitas dalam interaksi. (Klein, 2009). Tingkat interaktivitas yang ada dalam suatu media bergantung pada seberapa besar elemen-elemennya memberikan koneksi kepada penerima manfaat, namun juga sejauh mana ia menjamin komunikasi bagi beberapa individu (Roehm & Haugtvedt, 1999). Menurut persepektif fungsional, tingkat interaktivitas diartikan sebagai kapasitas kerangka kerja untuk melengkapi wacana atau pertukaran data antara pengguna dan kerangka kerja (*system*). Kehadiran unsur-unsur dalam kerangka tersebut merupakan bukti kecerdasan yang memadai. Semakin banyak fitur atau sistem yang dikandungnya, semakin besar pula interaktivitasnya (Sundari, 2003).

Menurut McMillan, ada tiga jenis interaktivitas (Lievrouw & Livingstone, 2006):

1. *User to User*

Bentuk interaktivitas *user tu user* merupakan jenis komunikasi antar pengguna media. Interaktivitas yang terjadi dengan adanya format kirim yang kemudian mendapatkan respon yang kirim melalui pesan singkat atau forum diskusi dengan pembicaraan terarah.

2. *User to System*

Interaktivitas mengacu pada komunikasi melalui teknologi situs web, termasuk mengunduh dan mengklik tautan ke fitur jaringan tertentu, lalu pilih. Khusus bagi pengguna yang berinteraksi dengan fungsi website, komunikasi ini bersifat satu arah.

3. *User to Document*

Jenis komunikasi ini terjadi ketika pengguna berbagi pesan di situs web dan menggabungkannya ke dalam pesan baru dengan tetap mempertahankan konten inti dari pesan aslinya. Menurut McMillan, pertukaran ini memerlukan "penciptaan ulang" konten, atau menyebarkan kembali informasi. Dan dapat menawarkan informasi yang dapat mengubah pesan yang disampaikan oleh situs web (Lievrouw & Livingstone, 2006). Pengguna dapat menyesuaikan dengan mengubah pesan sesuai kebutuhannya sendiri.

Komunikasi dinamis antara komunikator dan komunikan yang terhubung dikenal sebagai komunikasi interaktif. Interaktivitas komunikasi dihasilkan oleh pertukaran data yang konstan antara komunikator dan komunikan. Media atau saluran digunakan dalam komunikasi interaktif sebagai wadah berdiskusi untuk menyampaikan pesan. Bentuk media baru yang benar-benar mendukung komunikasi interaktif adalah media sosial. Berfungsi sebagai pertemuan untuk tujuan transmisi data antara komunikator dan komunikan, memungkinkan berbagi data secara kolaboratif. Interaksi media sosial sangatlah mudah mereka pada dasarnya berbentuk suka (*like*) dan komentar yang dikirim antar pengguna.

Interaksi juga dapat diartikan sebagai gagasan yang menghilangkan batas-batas keberadaan (jarak dan waktu). Pada media sosial penggunaanya dapat mengetahui kecenderungan masing-masing individu dan terus bekerja sama serta menciptakan interaktivitas keterkaitan lebih lanjut. Instagram merupakan platform hiburan online yang dapat dimanfaatkan sebagai alat atau media komunikasi interaktif. Instagram tetap dapat dimanfaatkan untuk komunikasi interaktif antara komunikator dan komunikan, meskipun interaksi tatap muka keduanya tidak dapat dilakukan jika menggunakan platform tersebut.

4. Komunikasi Kesehatan Mental

Karena manusia adalah makhluk sosial, maka mereka membutuhkan interaksi publik yang nyaman dengan orang terdekatnya. Gordon menyatakan dalam Simanjuntak (2013) bahwa kaitan ini sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia karena membantu orang mengelola stres dan kecemasan. Akibatnya manusia memerlukan dukungan sosial satu sama lain berupa perhatian, penerimaan, atau bantuan orang lain.

Menurut Notoatmodjo dalam Harahap 2019, komunikasi kesehatan adalah upaya terorganisir untuk memberikan pengaruh baik dan positif pada perilaku kesehatan mental dengan memanfaatkan berbagai teori dan teknik komunikasi (seperti komunikasi massa atau interpersonal). Informasi mengenai pendekatan pengobatan klinis, pencegahan penyakit, Ruang lingkup komunikasi kesehatan meliputi peraturan bisnis kesehatan dan promosi kesehatan.

Penelitian mengenai kesehatan mental telah dilakukan dalam disiplin psikologi sejak abad ke-19. Dalam bentuknya yang paling dasar, psikologi adalah studi tentang kesehatan mental. Penelitian tentang kesehatan mental berkembang pesat pada pertengahan abad ke-20, bertepatan dengan terobosan ilmu pengetahuan dan teknologi (Fakhriyani, 2019; Ramyulis).

Studi tentang kesehatan mental membangun hubungan antara pencapaian kesejahteraan emosional dan norma, peraturan, dan kerangka prosedur. Seseorang yang biasanya merasa nyaman, aman, dan damai dianggap memiliki mental yang sehat dan kuat secara intelektual (Jalaluddin, 2015). Secara umum, kesehatan mental mengacu pada kemampuan individu untuk tumbuh di segala bidang fisik, intelektual, emosional, dan sosial—serta selaras dengan orang lain, sehingga memungkinkan mereka untuk terlibat dengan lingkungan sekitarnya. Gejala kesehatan mental dapat berasal dari gagasan, perasaan, keinginan, sikap, persepsi, pendapat, dan keyakinan seseorang tentang kehidupan. Hal-hal tersebut perlu diselaraskan satu sama lain untuk mencegah kekhawatiran, keraguan, dan konflik yang saling bertentangan, terutama jika menyangkut diri sendiri.

Mental yang kuat menunjukkan ciri-ciri kesehatan mental. Yusuf (2011) menyatakan bahwa ciri-ciri pola pikir dan mental yang sehat adalah sebagai berikut:

1. Terhindar dari gangguan jiwa (neurose) dan penyakit jiwa (psychose). Untuk situasi ini, individu yang memiliki intelektualitas yang kuat dapat hidup dalam kenyataan dan mampu mengalahkan permasalahan yang dihadapinya.
2. Kemampuan beradaptasi yang kuat adalah salah satu proses untuk memperoleh kebutuhan diri, dengan cara ini seseorang dapat untuk mengatasi stress, frustrasi, dan masalah tertentu dengan cara-cara yang nyaman dan diciptakan oleh masing-masing individu.
3. Kapasitas untuk meningkatkan potensi secara maksimal. Strategi ini adalah cara untuk meningkatkan kualitas masing-masing individu melalui kerja sama dinamis melalui berbagai latihan dan bermanfaat. Misalnya melalui bekerja, belajar, berorganisasi, olahraga, melakukan hobi dan kegiatan aktif lainnya.
4. Mempunyai diri yang siap untuk membuat dan mencapai kebahagiaan diri sendiri maupun orang lain walaupun dengan sudut pandang yang berbeda. Orang-orang dengan kondisi mental yang sehat akan memperlihatkan sikap dan perilaku yang mengatasi masalah atau tanggapan mereka terhadap keadaan yang sedang dihadapi, dan memiliki reaksi perilaku yang positif.
5. Dapat mempunyai pola pikir yang sehat dan menunjukkan perilaku positif untuk mencapai kebahagiaan pribadi dan orang lain. Selalu berusaha untuk tidak menjadikan orang lain korban demi kebahagiaan diri sendiri dan tidak mencari keuntungan dari kesengsaraan orang lain.

5. Tipe Kepribadian Manusia

Kepribadian manusia merupakan salah satu aspek yang paling menarik dan kompleks dalam studi psikologi. Kepribadian manusia juga salah satu karakteristik yang mencerminkan perilaku, pola pikir dan emosi seseorang. Setiap individu pasti mempunyai bagian diri yang paling mencerminkan dan mewakili pribadi mereka. Secara umum, telah terbagi menjadi tiga tipe kepribadian yang sering diidentifikasi. Ketiga tipe tersebut adalah tipe kepribadian ekstrovert, introvert dan ambivert.

Klasifikasi kepribadian menjadi tiga tipe kepribadian ekstrovert, introvert dan ambivert dapat mencerminkan adanya pola komunikasi serta interaksi sosial pada masing-masing individu. Tipe kepribadian ekstrovert cenderung menikmati interaksi sosial dan memiliki energi pada dirinya yang tinggi. Individu dengan tipe kepribadian ekstrovert lebih mudah untuk bergaul, suka berbicara dan membuka diri untuk mencari pengalaman baru. Mereka cenderung mendapatkan energi untuk diri mereka dari berinteraksi dengan orang lain. Kepribadian ekstrovert sering kali dihubungkan dengan sifat-sifat seperti percaya diri dan mudah bergaul.

Tipe kepribadian introvert lebih cenderung bersikap tenang, berhati-hati dan mendapatkan energi dengan menikmati waktu sendiri. Dalam berpikir individu yang memiliki tipe kepribadian ini lebih suka berpikir secara mendalam. Selain itu, memiliki sedikit kelompok dalam berteman dan tidak suka dengan keramaian. Meskipun, introvert dianggap sebagai sikap yang tenang, tapi bukan berarti tidak memiliki keterampilan sosial

atau tidak mudah dalam beradaptasi. Dan untuk tipe kepribadian ambivert adalah kombinasi dari ekstrovert dan introvert, dimana tipe kepribadian ini menunjukkan sifat-sifat ekstrovert dan introvert secara bersamaan. Mereka dapat menikmati interaksi sosial, tetapi juga suka menikmati waktu sendiri.

Secara keseluruhan, tipe kepribadian ekstrovert, introvert, dan ambivert memberikan kerangka dasar untuk memahami bagaimana individu berinteraksi dengan dunia di sekitarnya. Meskipun tiap kepribadian tidak ada yang lebih baik dari kepribadian yang lain, pemahaman akan perbedaan yang terjadi ini dapat membantu membangun komunikasi lebih efektif dan memperkaya hubungan antar individu.

6. Layanan Interaktif Kesehatan Mental di Media Sosial

Media sosial adalah salah satu media atau platform yang memiliki manfaat bagi penggunanya. Munculnya layanan interaktif kesehatan mental di media sosial merupakan inisiatif yang dirancang dengan tujuan untuk menyampaikan informasi, memberikan konseling dan dukungan terkait kesehatan mental seseorang. Bentuk dari layanan tersebut dapat berupa grup diskusi, sebuah forum, saluran komunikasi langsung (konseling) antar penyedia layanan dan pengguna atau bisa juga berupa webinar. Berikut adalah beberapa layanan interaktif kesehatan mental yang ada di media sosial:

1) Support Group atau Grup Dukungan Kesehatan Mental

Grup ini bertujuan agar anggota dapat berbagi pengalaman, memberikan saran atau masukan dan juga memberikan

dukungan satu sama lain. Grup ini dapat dibuat si sebuah platform media sosial. platform tersebut seperti Facebook dan Whatsapp.

2) Layanan Konseling Online

Layanan ini dilakukan antar penyedia layanan dengan pengguna lewat sebuah platform seperti halodoc, Instagram, Facebook atau Youtube untuk berbagi keluhan, cerita, pengetahuan, diskusi ataupun tanya jawab seputar kesehatan mental.

3) Mental Health Campaign atau Kampanye Kesehatan Mental

Menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengkampanyekan tentang isu-isu kesehatan mental.

4) Webinar atau Siaran Langsung.

Layanan ini dilakukan dengan menggunakan sebuah fitur siaran langsung pada platform Instagram, Facebook ataupun media sosial lainnya. Dan webinar dapat menggunakan Aplikasi Zoom ataupun Google Meet untuk menyelenggarakan acara berbagi pengetahuan seputar topik kesehatan mental.

Layanan yang diberikan harus berjalan dengan adanya pengawasan dari profesional dibidang kesehatan mental dan sudah terlatih serta berkompoten. Selain itu, perlu memahami dan mematuhi kebijakan etika dan privasi dalam memberikan layanan kesehatan mental.

Pentingnya kesadaran masyarakat akan gangguan kesehatan mental perlu di tingkatkan karena kesehatan mental merupakan aspek integral dari kesejahteraan suatu individu dan komunitas. Dengan meningkatkan pemahaman tentang gangguan kesehatan mental, masyarakat nantinya dapat lebih memahami tentang apa saja tantangan yang akan dihadapi oleh individu yang mengalami gangguan kesehatan mental dan membuka jalan untuk memberi dukungan dan empati.

Kesadaran masyarakat mengenai gangguan kesehatan mental ini akan menciptakan lingkungan yang mendukung pencegahan, identifikasi dini dan gangguan kesehatan mental. Namun, saat ini kenyataannya pengguna layanan kesehatan mental ada yang terhalang dengan adanya stigma kepada seseorang yang mengalami gangguan kesehatan mental dan datangnya dari lingkungan atau pun diri sendiri. Stigma tersebut yang akan membuat penderita gangguan kesehatan mental akan menolak pengobatan karena malu untuk dengan lingkungan sekitarnya. Seiring dengan itu, meningkatkan kesadaran tentang sumber daya kesehatan mental yang sudah tersedia di masyarakat dan dapat membantu masyarakat adalah salah satu langkah penting untuk membantu individu mengelola kesehatan mental mereka.

7. Fokus Penelitian

Interaktivitas yang terjadi pada akun media sosial Instagram @menjadimanusia.id yang menjadi salah satu media informasi dan wadah konsultasi mengenai kesehatan mental. Berdasarkan ciri-ciri media baru,

khususnya media sosial, yang bersifat interaktif dan memungkinkan komunikasi dua arah, hal ini dijadikan penekanan penelitian. Sehingga dapat diketahui interaktivitas akun media sosial Instagram sebagai media layanan konsultasi.

8. Penelitian Terdahulu

Peneliti membandingkan penelitian yang telah dilakukan di masa lalu atau penelitian terdahulu dengan yang akan dilakukan untuk lebih memahami interaktivitas di media sosial. Informasi yang diberikan diharapkan menunjukkan bahwa belum ada peneliti sebelumnya.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Judul	Metode	Hasil
1.	Wowor, H. A. F., & Putri, K. Y. S. (2022). Komunikasi Interpersonal Keluarga sebagai Penunjang Kesehatan Mental Mahasiswa Rantau Asal Papua-Papua Bara	Kualitatif	Untuk membantu kesehatan mental seseorang, komunikasi sangatlah penting, terutama bagi mahasiswa perantauan yang kini harus belajar di masa pandemi. Bersikap terbuka dan mau mendengarkan adalah tanda komunikasi yang mendorong hal ini. Ada mahasiswa yang memutuskan untuk mudik ke kampung halaman di masa pandemi ini, namun ada juga yang terpaksa tetap tinggal di perantauan karena keadaan tertentu. Meskipun setiap mahasiswa memiliki cerita pengalaman yang unik dan berbeda, mereka semua pada padasarnya merasa tertekan dengan perkuliahan yang mengakibatkan stress. Mahasiswa biasanya percaya bahwa beban mereka lebih ringan ketika ada komunikasi. Mahasiswa memperoleh kekuatan dan antusiasme dari jawaban orang tuanya, sehingga menurunkan stres dan meningkatkan

			<p>kesehatan mental. Mahasiswa merasa lega dan terhibur dengan kesediaan para orang tua untuk mendengarkan narasi dan memberikan komentar-komentar yang membesarkan hati</p>
2.	<p>Tulandi, E. V., Rifai, M., & Lubis, F. O. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental</p>	Kualitatif	<p>UbahStigma adalah strategi komunikasi yang melibatkan identifikasi target audiens, pengumpulan pesan, penetapan protokol, dan pemilihan media yang akan digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesehatan mental. Dukungan dari kelompok lain, pengikut Instagram, ahli kesehatan mental, psikolog, dan influencer semuanya membantu dalam mencapai tujuan komunikasi UbahStigma. Sebaliknya, kendalanya adalah karena salah menafsirkan pesan UbahStigma agar dapat memahami pokok bahasan dan menjadikan substansi pesan menjadi penting dan mendalam.</p>
3.	<p>Afrinda, R. A. A., Irawan, B., & Boer, K. M. (2020). Interaktivitas Website Belimbing. Id Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Sistem Pelayanan Masyarakat Di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat Kota Bontang</p>	Kualitatif	<p>Temuan penelitian ini menggambarkan konsep user to system, yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dengan situs web melalui fitur-fiturnya. Konsep user to user mengacu pada komunikasi yang terjadi antara pengguna atau antara pengguna dan pengelola situs. kolom untuk berdiskusi bagi Ketua RT pada Sistem Pelayanan e-RT, dan masyarakat pada kolom kontak. Terakhir user to document kali ini terjadi dalam konstruksi, yang terbagi dalam pesan situs web. Misalnya, pengguna berinteraksi dengan situs web dengan memposting komentar. interaktivitas ini tidak terjadi karena pada informasi atau berita yang diposting oleh pihak</p>

			Kelurahan hanya dapat di baca saja tanpa ada fitur pendukung lainnya.
--	--	--	---

