



PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RILIV TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN MENTAL *FOLLOWERS*

Desva Suci Ramadhana¹, Yudanto Prayitno², Eviyani³, Cholid⁴

Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta^{1,2,3,4}

Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950

desvasuci5@gmail.com¹, yudantopravitno@gmail.com², eviyani.bogor@gmail.com³,
cholidjudo@gmail.com⁴

ABSTRACT

This study uses a quantitative approach method. The population of this research is followers from the Instagram account @riliv which involves 400 respondents. The variables of this research are "Use of Social Media Instagram @riliv (Variable X) and Information Needs (Variable Y). This research uses the Uses and Gratifications theory. The purpose of this research is to determine the influence of the use of social media @riliv on providing followers with information needs. The results of this research show that there is a fairly strong relationship between the @riliv Instagram account and followers' information needs. Hypothesis testing carried out in this research shows that the hypothesis is accepted, namely the influence of the news content of the @riliv Instagram account on providing mental health information needs for its followers. In this research, there is a positive influence between the Instagram account @riliv on conveying information needs to its followers. Apart from that, Instagram followers @riliv use this account as a source of information about mental health.

Keywords: Social Media, Instagram, Mental Health, Followers, Uses and Gratifications, Information Needs

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi kehidupan manusia, terutama dengan munculnya media sosial. Media sosial saat ini memang sudah sangat berfungsi maksimal sebagai alat untuk penyimpanan sebuah informasi. Penyimpanan informasi yang dilakukan melalui post atau unggahan di akun-akun-akun media sosial menjadi alat yang terbukti efektif untuk mempengaruhi khalayak. Informasi atau pesan komunikasi yang mempengaruhi individu atau publik dalam menerima informasi.

Kebutuhan akan informasi menjadi penting agar tidak terjadi kesenjangan pengetahuan dalam diri seseorang baik dalam melakukan pekerjaan maupun memecahkan masalah. Kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang sadar akan kekurangan dalam tingkat kemampuannya mengenai situasi maupun topik tertentu serta berkeinginan mengatasi kekurangan tersebut (Beklin dalam Ishak, 2016: 85). Untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut dapat diakses melalui media sosial. Menggunakan media sosial sebagai fasilitas penyebaran informasi, dengan terdapatnya

perihal tersebut seluruh informasi dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat memperoleh informasi yang bisa diakses di mana serta kapan saja.

Berdasarkan survei *Hoot and We Are Social*. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2023 adalah Instagram, dengan presentase pengguna Instagram sebanyak 86,5% dari jumlah populasi. Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram sebanyak 89,15 juta yang tercatat dalam data statistik (databoks, 2023).

Instagram merupakan suatu aplikasi berbagai gambar serta video yang mengizinkan pengguna mengambil gambar, mengambil video, mengaplikasikan filter digital serta membagikannya ke pengguna lain, khususnya untuk *followers* lalu dapat memberikan keterangan teks singkat. Selain untuk posting foto dan video, saat ini Instagram juga memiliki fitur *stories*, *reels*, *instagram shop*, *instagram musik* dan IGTV.

Atas kepopuleran Instagram sebagai media sosial dan memiliki banyak pengguna. Banyak hal yang menarik untuk diteliti dari jejaring media sosial tersebut, seperti halnya kesehatan mental. Persepsi kesehatan mental yang belum baik di Indonesia membuat munculnya akun Instagram peduli isu kesehatan mental untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya sadar akan kesehatan mental.

Isu kesehatan mental telah menjadi salah satu penyakit untuk mendapatkan perhatian khusus mulai dari 2015 (Ridlo & Zein, 2018). Pada Data Indeks Kesehatan Mental Masyarakat Indonesia Tahun 2023 mengungkapkan bahwa Indonesia ditemukan 9.162.886 kasus kesehatan mental dengan prevalensi 3,7 persen. Sekitar 16 juta orang berusia 15 tahun keatas, ditemukan kasus bunuh diri yang diawali gejala kecemasan dan depresi. Kasus bunuh diri turut dipicu dengan penyakit kejiwaan dengan angka sekitar 400 ribu orang. Riset ini mengungkapkan jenis gangguan jiwa yang sebelumnya dipengaruhi oleh kesehatan mental yang dialami masyarakat Indonesia, diantaranya gangguan depresi, stres, rasa cemas yang berlebih, *skizofrenia*, bipolar, gangguan sikap makan, hingga *Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD)*.

Hal inilah yang dilakukan akun *@riliv* dalam menyampaikan informasi-informasi mengenai kesehatan mental. Para pengikut memilih akun *@riliv* untuk memenuhi timeline Instagram mereka dengan konten yang di unggah oleh akun Instagram *@riliv* dan dari unggahan konten tersebut diyakini dapat memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mental yang dibutuhkan oleh para *followers*.

Uraian diatas, dapat diketahui melatarbelakangi penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram *@riliv* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental *followers*.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih. Menurut (Effendy, 2005) komunikasi memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Perubahan sikap (*attitude change*) merupakan komunikasi dapat merubah sikap setelah dilakukan suatu proses komunikasi.
2. Perubahan pendapat (*opinion change*) merupakan perubahan pendapat dapat terjadi dalam suatu komunikasi yang tengah dan sudah berlangsung dan tergantung bagaimana komunikator menyampaikan komunikasinya.
3. Perubahan perilaku (*behavior change*) merupakan perubahan perilaku dapat terjadi bila dalam suatu proses komunikasi, apa yang dikemukakan komunikator sesuai dengan yang disampaikan.

Media Sosial

Menurut Dr.Rulli (dalam buku Nasrullah 2016: 13) bahwa media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dengan demikian, media sosial adalah fasilitator yang para penggunanya dapat membuat konten, saling mengenal, bekerjasama, dan berbagi kepada para pengikutnya sehingga terjadi interaksi dan komunikasi secara online sekaligus menguatkan hubungan antar pengguna dan membentuk ikatan sosial.

Instagram

Instagram adalah jejaring sosial yang dapat diakses melalui internet yang memfasilitasi berbagi narasi melalui foto digital. Jaringan ini sering digunakan oleh pengguna gadget untuk langsung membagikan gambar yang diambilnya (Sulianta, 2015). Di sisi lain, jika dilihat dari fungsi dan manfaatnya, platform Instagram termasuk dalam media komunikasi sosial. Yang dimana Instagram adalah platform yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan informasi antar pribadi maupun kelompok. Instagram bersifat efektif, efisien, praktis, informatif dan dapat diakses oleh semua golongan di dalam masyarakat. Semua itu dapat di akses di hand phone pribadi masing-masing dimanapun dan kapanpun berada.

Akun Instagram @riliv

Akun Instagram @riliv merupakan akun yang konsisten menyuarakan informasi terkait isu-isu kesehatan mental melalui *feeds*, *story*, *reels*, dan juga IGTV, serserta menjadi platform yang dikemas untuk memberikan banyak pesan dan informasi kepada manusia mengenai kehidupan terutama kesehatan mental. Akun @riliv juga aktif menyuarakan persepektif orang-orang dengan gangguan kesehatan mentalnya masing-

masing untuk saling berbagi pengalaman demi memperjuangkan kesehatan mental yang lebih baik.

Kebutuhan Informasi

Menurut Lasa H.S (2009:150) kebutuhan yang didasarkan pada dorongan untuk memahami, menguasai lingkungan, memuaskan keingin-tahuan *curiosity* dan penjelajahan *exploratory*. Kemudian informasi diperoleh dari sumber informasi dapat digunakan untuk: menambah pengalaman, memperoleh informasi mutakhir, memperoleh pengetahuan sesuai kebutuhan, dan mengembangkan diri. Dengan demikian, definisi teori kebutuhan informasi adalah tingkat dan jenis kebutuhan informasi yang dimiliki seseorang berbeda-beda dalam mencari sumber informasinya. Hal ini menyesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh penggunanya dalam kebutuhan informasi bisa terkait informasi pekerjaan, pendidikan, penelitian dan juga kesehatan mental.

Menurut Guha (dalam Ratminto et al, 2017: 71), kebutuhan informasi pengguna dapat dilihat melalui beberapa pendekatan yaitu:

1. Pendekatan Kebutuhan Informasi Terbaru (*current need approach*)

Pendekatan kebutuhan yang bersifat terbaru dimana pendekatan kebutuhan ini merupakan kebutuhan akan informasi terbaru yang mendorong setiap pengguna informasi untuk selalu aktif untuk mendapatkan informasi yang terbaru. Dengan pendekatan kebutuhan informasi terbaru ini, setiap pengguna informasi harus selalu berinteraksi dengan sistem informasi untuk bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkannya guna meningkatkan pengetahuannya. Pendekatan kebutuhan informasi terbaru akan memotivasi pengguna untuk setiap saat berinteraksi dengan sistem informasi supaya dapat memenuhi kebutuhan informasi yang terbaru dan teraktual setiap harinya.

2. Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin (*everday need approach*)

Pendekatan kebutuhan informasi rutin bersifat spesifik dan cepat, dimana pendekatan kebutuhan ini menuntut adanya jawaban yang tepat dari pengolahan informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi.

3. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam (*exhaustive need approach*)

Pendekatan kebutuhan informasi mendalam mengisyaratkan adanya suatu ketergantungan yang tinggi dari pengguna terhadap informasi yang dibutuhkan. Kebutuhan ini membuat pengguna informasi membutuhkan informasi yang akurat, spesifik dan lengkap.

4. Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas (*catching up need approach*)

Pendekatan kebutuhan informasi yang bersifat sekilas dimana dengan kebutuhan ini berarti seseorang membutuhkan informasi yang sekilas saja tetapi

memberikan gambaran lengkap tentang suatu topik. Pendekatan kebutuhan ini membuat pengguna informasi juga membutuhkan informasi yang ringkas dan singkat namun jelas informasinya dan sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

Uses and Gratifications

Teori *Uses dan Gratifications* ialah salah satu teori yang populer di bidang komunikasi massa. Pencetus teori ini ialah Herbert Blummer, serta Elihu Katz. Dalam karya tulis bukunya yang bertajuk “*The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*”. Mengungkapkan bahwasanya teori ini lebih condong menghasilkan kepuasan hasil orang tertentu terhadap suatu media. Teori ini beranggapan bahwa orang akan mudah dalam menganalisis serta mengevaluasi berbagai jenis media dalam menggapai tujuan komunikasi (Humaizi, 2018).

Teori ini didasarkan pada gagasan bahwasanya orang memiliki keinginan serta kebutuhan yang berbeda, yang bisa dipenuhi dengan berbagai cara yang berbeda. Secara khusus, teori tersebut menjelaskan empat jenis kebutuhan atau keinginan yang berbeda yang mungkin dimiliki seorang individu. Ini adalah kebutuhan akan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial serta pelepasan ketegangan, masing-masing kebutuhan ini harus dipenuhi dengan cara yang berbeda. misalnya, seseorang mungkin perlu menghabiskan waktu dengan orang lain dan merasa bahwa mereka dekat dengan mereka. Menurut teori ini, memuaskan keempat kebutuhan yang berbeda ini mengarah pada tingkat kebahagiaan yang berbeda dalam kehidupan individu (Humaizi, 2018).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan statistika. Dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei, metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya, dengan tujuan guna memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili poulasi tertentu.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme yaitu merupakan paham yang bertitik tolak dari kutub objektif yang memandang bahwa realitas sosial merupakan fenomena nyata atau konkret yang dapat diamanti dan diukur secara cermat (Suryadi et al, 2019: 23).

Penelitian kuantitatif (positivisme) berlandaskan pada asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka penulis dapat memfokuskan penelitian pada beberapa variabel saja. Pola hubungan antar variabel penelitian tersebut selanjutnya dapat disebut sebagai paradigma penelitian (Sugiyono, 2017: 42).

HASIL DAN DISKUSI

Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin, didapatkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 400 responden. Pernyataan variabel X (Penggunaan Media Sosial) memiliki 12 butir pernyataan yang telah dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel (0,361). Sedangkan pada pernyataan variabel Y (Kebutuhan Informasi) memiliki 11 butir pernyataan yang telah dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361). Data dinyatakan reliabel dengan menggunakan Cronbrach Alpha, data dikatakan reliable jika nilai Cronbrach's Alpha $> 0,60$. Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan, di dapati Variabel X dengan nilai Alpa Cronbach 0,691. Sama halnya dengan variabel Y yang dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbrach Alpha 0,748 $> 0,60$. Berdasarkan Hasil Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ dan data dapat dinyatakan berdistribusi normal. Sedangkan dengan Uji Linearitas menunjukkan hasil sig Linearity sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai sig untuk Deviation from Linearity sebesar $0,139 > 0,05$ dari hasil tersebut data dapat dikatakan linear terhadap variabel X dan variabel Y.

Berdasarkan Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana, didapatkan nilai $Y = 5.476 + 0,751X$, artinya nilai X adalah 0,751 dan nilai Y adalah 5.476 yang berarti nilai koefisien bertanda (+) menunjukkan terjadinya pengaruh positif atau searah antara variabel Penggunaan Media Sosial (X) dan variabel Kebutuhan Informasi (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel X dan variabel Y.

Hasil Uji Korelasi pada hubungan variabel Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar 2 variabel yang digunakan. Nilai koefisien korelasi variabel Penggunaan Media Sosial dengan Kebutuhan Informasi sebesar 0.648 yang berarti memiliki hubungan korelasi yang kuat dan memiliki hubungan yang positif.

Berdasarkan Hasil Uji Koefisien Determinasi di dapat nilai R Square sebesar 0,741 atau 74,1% nilai tersebut menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv memberikan pengaruh sebesar 74,1% terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers dan dapat dikategorikan memiliki tingkat hubungan yang kuat, sedangkan sisanya sebesar 25,9% dapat dipengaruhi variabel atau indikator lain.

Berdasarkan hasil Uji Hipotesis pada tabel output SPSS bahwa variabel Akun Instagram @riliv memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian Akun Instagram @riliv signifikan terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Dalam hasil Uji T juga didapatkan bahwa nilai (t hitung) $33,781 > (t$ Tabel) 1,966. Angka tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel X (Penggunaan Media Sosial) berpengaruh terhadap variabel Y (Kebutuhan Informasi).

Uses and Gratifications didasarkan pada gagasan bahwasanya orang memiliki keinginan serta kebutuhan yang berbeda, yang bisa dipenuhi dengan berbagai cara yang berbeda. Secara khusus, teori tersebut menjelaskan jenis kebutuhan atau keinginan yang berbeda yang mungkin dimiliki seorang individu. Menurut teori ini, memuaskan keempat kebutuhan yang berbeda ini mengarah pada tingkat kebahagiaan yang berbeda dalam kehidupan individu (Humaizi, 2018). Dalam rangka penelitian ini, Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers dianggap sebagai akun sosial media yang menyajikan informasi seputar kesehatan mental. Oleh karena itu, para pengguna Instagram yang mengalami kesehatan mental yang kurang baik dapat melihat akun Instagram @riliv tersebut, sehingga mendapatkan pengetahuan dan jawaban atas ketidaknyaman kondisi pada psikis yang sedang dialami. Kesimpulan ini selaras dengan landasan teori yang diadopsi oleh peneliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan pada penelitian ini, yaitu: Berdasarkan hasil uji hipotesis, terdapat H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram @riliv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers. Berdasarkan hasil uji t, terdapat H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram @riliv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers. Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi, terdapat hasil yang cukup kuat penggunaan media sosial instagram @riliv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menghasilkan saran atau masukan yang mungkin dapat berguna yaitu sebagai berikut:

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam hal kebutuhan akademis yang berkaitan dengan manfaat pada dunia ilmu pengetahuan khususnya bidang Ilmu Komunikasi terutama mengenai pemenuhan kebutuhan informasi dalam kehidupan masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang penggunaan media sosial terhadap kebutuhan informasi penggunaannya.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap kebutuhan informasi Instagram @riliv. Penelitian ini bisa dijadikan untuk mengetahui seberapa pengaruh penggunaan media sosial Instagram @riliv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers. Hal ini juga berguna bagi pihak yang terkait yaitu @riliv untuk mengetahui seberapa

pengaruhnya penggunaan media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi pada followersnya.

REFERENSI

- Effendy, Onong Uchjana. (2005). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Feri Sulianta. 2015. Keajaiban Sosial Media Fantasi Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Humaizi. (2018). Uses and Gratification Theory (Vol. 128). USU Press. <https://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/70743/Fulltext.pdf>
- Ishak. (2016). Penelusuran Literatur Online: Teori dan Praktik. Medan: Yayasan Al-Hayat.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). (2005). Jakarta: PT (Persero) penerbitan dan percetakan.
- Lasa, Hs. (2009). Kamus Kepustakawanan Indonesia, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Nasrullah, Rully. 2016. MEDIA SOSIAL, PERSPEKTIF KOMUNIKASI, BUDAYA, DAN SOSIOTEKNOLOGI, Penerbit Simbiosis Rekatama Medika, 1437.
- Poerwadarminta W.J.S. 1986. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ratminto, Shabrina, F., Yusuf, R. R., Laksana, L. U. A., Wahyuni, S., & Apriyani, S. (2017). Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z. Gajah Mada University Press.
- Ridlo, I. A., & Zein, R. A. (2018). Arah Kebijakan Kesehatan Mental: Tren Global dan Nasional Serta Tantangan Aktual. Buletin Penelitian Kesehatan, 46(1), 45-52.
- Statistik Data Pengguna Instagram Terbanyak <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suryadi, E. (2019). Metode Penelitian Komunikasi (dengan Pendekatan Kuantitatif). Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Akun riliv <https://riliv.co/>