

Perspektif pengguna pada penyebaran informasi kesehatan mental melalui akun *Instagram @ibunda.id*

Shalsa Dwi Azzahra¹, Agus Rusmana²

^{1,2}Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung-Sumedang Km.21, Jatinangor. Sumedang, Jawa Barat, 45363

)*Korespondensi Penulis, Email: shalsa19001@mail.unpad.ac.id

Received: January 2023; Accepted: January 2023; Published: February 2023

Abstrak

Setiap orang tentu membutuhkan informasi untuk menunjang berbagai kegiatan yang akan dilakukan. Perkembangan teknologi dan komunikasi mampu menghasilkan media baru seperti *Instagram* yang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media penyebaran berbagai informasi. Penyebaran informasi pada media sosial khususnya *Instagram* bertujuan untuk menjadi suatu media perantara bagi penggunanya agar mudah melakukan kegiatan berpartisipasi, berbagi, dan bertukar segala jenis informasi. Seperti halnya informasi mengenai isu-isu kesehatan mental yang dewasa ini tengah menjadi perhatian sebagian besar lapisan masyarakat. Kesehatan mental merupakan salah satu topik hangat, terlebih setelah terjadinya pandemi covid. Perlu diketahui, kesehatan mental merupakan sebuah dimensi kehidupan yang sangat penting dan menjadi aspek pendukung manusia untuk melakukan berbagai kegiatan sosial di lingkungannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perspektif pengguna pada penyebaran informasi kesehatan mental melalui akun *Instagram @ibunda.id*. Penelitian ini menggunakan teori respons kognitif (*cognitive response theory*). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi, studi literatur, dan wawancara. *Sampling* dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling* atau memberikan kriteria tertentu untuk menjadi informan. Data dianalisis melalui serangkaian proses pengumpulan data, korespondensi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa akun *Instagram @ibunda.id* terbukti mampu memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mental pengikutnya, melalui hal inilah terbentuk sebuah kecenderungan pengikut akun dalam menerapkan sikap memelihara kesehatan mental di kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *Instagram* untuk penyebaran informasi dinilai tepat dan efektif karena dianggap sebagai wadah edukasi yang modern dan mudah digunakan oleh siapa pun (*user friendly*).

Kata kunci: Penyebaran informasi; *Instagram*; Media sosial; Kesehatan mental

Abstract

Everyone needs information to support his varied activities. The development of technology and communication has produced social media, such as Instagram which can be used as a medium for disseminating information. The dissemination of information on Instagram aims to become a forum for its users to participate, share and exchange all information such as, mental health issues that currently become the concern of many people. Mental health is a sensitive issue, especially after the Covid pandemic. Mental health is an important dimension of life and becomes a supporting aspect for humans to carry out social activities in their environment. This study aims to determine users' perspectives on mental health information dissemination through Instagram @ibunda.id. This research uses Cognitive Response Theory and qualitative research with a case study approach. The data was collected from interviews, literature, and documentation. Sampling in this study was determined by purposive sampling technique. Data were analyzed through a series of data collection processes, description, reduction, and conclusion. The results show that @ibunda.id is proven to be able to meet the mental health information needs of its followers. Through this, followers tend to apply behaviours of caring for mental health in their life. This research shows that using the Instagram application for information dissemination is appropriate and effective because it's a modern and user-friendly educational platform.

Keywords: Information dissemination; *Instagram*; Social media; Mental health.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mampu menghasilkan media baru. Media ini dapat menjadi alternatif masyarakat melakukan interaksi sosial dan mendapatkan media pembelajaran yang baru. Perkembangan ini membuat arus informasi bergerak secara lebih cepat dan mudah, sehingga dengan adanya media sosial segala sumber referensi informasi menjadi lebih besar dan luas (Wahid & Nurbaya, 2016). Media sosial memiliki kelebihan untuk menyebarkan informasi tentang apapun dengan cepat dan dengan jaringan yang sangat luas, sehingga ketika sebuah informasi sudah tersebar, pemilik informasi yang menaruhnya dalam jaringan tidak dapat menghilangkan informasi yang sudah diterima oleh suatu pihak (Anwar & Rusmana, 2017). Kini, pada penerapannya sendiri media sosial sudah dapat menggunakan media suara, gambar bergerak/video, dan foto yang berguna sebagai salah satu sarana komunikasi dengan bantuan teknologi digital (Afandi, Samudra, Sherley, Veren, & Liang, 2021).

Salah satu media sosial yang kini banyak dipergunakan oleh khalayak adalah *Instagram*, karena dianggap sebagai salah satu media pembelajaran yang menarik, modern, murah, efektif, efisien, dan mampu menjadi sumber informasi pelengkap setelah media cetak. *Instagram* merupakan platform media sosial berbasis aplikasi yang khusus menampilkan unggahan berupa foto dan video. Biasanya, berisikan suatu informasi tertentu dan dibagikan untuk mencapai suatu tujuan. Pada maret 2022 lalu, diketahui bahwa pengguna *Instagram* di negara Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan dengan nilai sekitar 48,9%. Sejak tiga tahun terakhir, tepatnya tahun 2020 *Instagram* mengalami kenaikan pengguna sebesar 69,2 juta, lalu tahun 2021 kembali mengalami kenaikan sebanyak 91,77 juta pengguna, dan data terakhir yang diperoleh melalui website dataindonesia.id pada bulan April 2022 lalu *Instagram* berhasil meraih 99,9 juta pengguna (Priana, Sutjipto, & Romli, 2022).

Instagram sudah tidak hanya digunakan oleh perorangan atau individu saja tetapi terdapat juga banyak instansi, lembaga, perusahaan, atau organisasi tertentu yang menjadikan aplikasi ini sebagai salah satu media berbagi informasi (Januatisa, Winoto, & Khadijah, 2022). Seperti halnya akun *Instagram* dengan *username* @ibunda.id yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 379.000, terhitung pada 14 November 2022. Akun ini merupakan salah satu akun yang memiliki konten kesehatan mental dengan *followers* terbanyak di Indonesia. Pada pemanfaatannya, akun ini menggunakan *Instagram* sebagai salah satu jembatan untuk menyampaikan dan menerapkan berbagai informasi terkait isu kesehatan mental, kelas *online* pengembangan diri, dan juga menyediakan jasa layanan konseling untuk pihak-pihak yang membutuhkan sehingga diharapkan melalui platform *Instagram* ini dapat terbentuk sikap-sikap dalam memelihara kesehatan mental. Konten-konten yang disuguhkan pada akun ini tidak berfokus kepada satu topik atau satu target saja, melainkan ditargetkan untuk umum dengan permasalahan kesehatan mental yang beragam.

Di samping itu, @ibunda.id menyediakan fasilitas layanan konseling psikologi dengan beragam pilihan yang dapat disesuaikan. Penggunaan *Instagram* oleh @ibunda.id menjadi

salah satu wadah yang menunjang untuk memenuhi kebutuhan informasi pengikut. Sehingga, pengikut akun ini memiliki pengetahuan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan harapan dapat mengenali diri sendiri dan menjadi acuan pengikut akun ini untuk memelihara kesehatan mentalnya.

Isu kesehatan mental merupakan salah satu permasalahan kesehatan yang belum sepenuhnya terselesaikan di sekitar masyarakat, baik pada tingkat global maupun nasional (Millenia, 2022). Pemahaman setiap individu terkait mental yang sehat tidak dapat terlepas dari pemahaman akan kondisi fisik mereka, sebab terdapat berbagai pendapat yang menyatakan bahwa kesehatan mental ini berkaitan dengan kesehatan fisik, karena baik secara psikis maupun fisik keduanya merupakan salah satu bentuk atau bagian dari pengenalan manusia terhadap kondisi dirinya sendiri dan bagaimana individu tersebut dapat melakukan penyesuaian dengan lingkungan dan kondisi sekitarnya (Dewi, 2012). Individu yang sehat mental merupakan individu yang menampilkan tingkah laku normal dan dapat diterima oleh masyarakat pada umumnya, serta sikap hidupnya sesuai dengan norma dan kelompok masyarakat sehingga dapat terjalinnya relasi interpersonal dan intersosial yang memuaskan (Dewi, 2012). Sejak dahulu, isu ini sebenarnya sudah menjadi salah satu hal yang diperbincangkan, namun karena belum banyaknya pihak yang terpelajar dan mempelajari hal ini, sehingga timbulah persepsi-persepsi yang keliru.

Padahal dengan penanganan atau terapi yang tepat, baik berupa obat-obatan maupun psikoterapi yang ditangani langsung oleh ahli dalam bidangnya, seseorang yang tidak sehat secara mental mengontrol penyakitnya. Sehingga mampu meningkatkan kualitas hidup dan meminimalisir penyakit yang diderita hingga sangat minimal (Adam, 2020). *World Health Organization* juga menyatakan pendapatnya bahwa kesehatan mental adalah kondisi sejahtera di mana individu mampu memiliki kesadaran diri penuh tentang dirinya dan mampu memajemen diri dengan baik, mampu mengatasi tekanan/stress, mampu mengatasi problematika diri dalam kehidupan sehari-hari, produktif, dan dapat berkontribusi aktif di lingkungan sekitarnya (WHO, 2022). Berjalannya waktu, dilansir melalui (Rokom, 2021) diperoleh data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) di Indonesia yang menunjukkan bahwa lebih dari 19 juta penduduk berusia lebih dari 15 tahun mengalami gangguan mental emosional, dan lebih dari 12 juta penduduk berusia lebih dari 15 tahun mengalami depresi.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Litbangkes) melakukan Sistem Registrasi Sampel pada tahun 2016, lalu terkumpul data bunuh diri sebanyak 1.800 orang setiap tahunnya. Setelah diakumulasikan terdapat 5 orang yang melakukan bunuh diri setiap harinya. Sebanyak 47,7% korban bunuh diri ini memiliki rentang usia 10-39 tahun, di mana usia ini merupakan usia anak remaja dan usia produktif (Rokom, 2021). Melalui data-data tersebut, dapat disimpulkan bahwa isu kesehatan mental memang perlu diberi perhatian lebih demi menekan angka pengidap gangguan mental dan kematian yang disebabkan oleh kasus bunuh diri dengan alasan kesehatan mental lainnya.

Terlebih lagi, sejak terjadinya fenomena pandemi Covid-19 isu ini menjadi salah satu topik berat yang semakin mendapatkan banyak perhatian (Rokom, 2021). Fenomena ini juga

memberikan berbagai dampak buruk kepada sebagian besar pihak yang membuat terbentuknya perasaan tidak nyaman yang berkaitan dengan gejala-gejala gangguan mental seperti stress, cemas, gelisah, ketakutan, dan sebagainya (Kartika, Unde, & Mau, 2021). Terutama terpaan informasi yang didapatkan oleh masyarakat, mendukung kekhawatiran sebagian besar pihak menjadi semakin tinggi. Dikemukakan juga jika orang yang mengalami gangguan kesehatan mental memiliki jumlah yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan jumlah orang yang terinfeksi virus pada masa ini (Kartika et al., 2021).

Hal tersebut merupakan sedikit gambaran umum mengenai kondisi kesehatan mental masyarakat Indonesia beberapa waktu kebelakang. Kesehatan mental merupakan dimensi kehidupan yang penting dan menjadi aspek pendukung manusia untuk berkomunikasi, bersosialisasi, dan mendapatkan interaksi dengan berbagai pihak dalam lingkungannya. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana kegiatan edukasi guna terbangunnya *awareness* dari masyarakat. Dengan harapan nantinya masyarakat dapat secara sadar dan bertahap membangun sikap memelihara kesehatan mental dengan sebagaimana mestinya.

Pemanfaatan media sosial khususnya *Instagram* sebagai sarana yang menjembatani informasi kesehatan mental bagi masyarakat, dapat memberikan perubahan besar bagi pengetahuan pengguna. Kemudian pengetahuan ini akan berubah menjadi sikap atau perilaku dalam memelihara kesehatan mental.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwiani and Prihantoro (2020). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah penyebaran informasi yang dilakukan dapat berpengaruh pada proses pembentukan sikap *followers*. Data yang terkumpul berasal dari kuesioner *online*. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa penggunaan media sosial khususnya *Instagram* dan informasi di dalamnya memiliki pengaruh positif terhadap pembentukan sikap pengikut.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini lebih menekankan dan mendeskripsikan perspektif pengguna pada penyebaran informasi kesehatan mental melalui akun *Instagram @ibunda.id*. Sebagaimana tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perspektif pengguna pada penyebaran informasi kesehatan mental melalui akun *Instagram @ibunda.id*.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sesuai tujuan penelitian, untuk menggambarkan situasi atau keadaan individu yang termasuk ke dalam objek penelitian. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti objek dengan kondisi objek yang alamiah dan berkembang secara murni apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti, serta tidak memengaruhi ataupun menghipnotis objek (Sugiyono, 2012). Dengan metode penelitian ini, peneliti dapat menjelaskan sebuah fenomena atau peristiwa dengan sedalam-dalamnya dan dengan berbagai macam pendekatan yang dilakukan.

Sementara pendekatan studi kasus merupakan salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam sebuah penelitian dan memiliki peran untuk menelaah suatu kasus secara

intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif (Rahayu, 2017). Pendekatan studi kasus ditujukan untuk memahami secara mendalam bagaimana individu berkembang dengan menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Pendekatan ini juga memiliki tujuan untuk mempelajari suatu objek secara intensif dan menyeluruh melalui serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, serta mengelola bahan penelitian yang ada dengan mencari bahan pustaka mengenai topik serupa baik yang sifatnya tercetak maupun digital.

Penelitian ini dilakukan selama kurun waktu satu bulan terhitung sejak bulan Desember 2022 – Januari 2023. Subjek dari penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial *Instagram* @ibunda.id dalam melakukan penyebaran informasi seputar isu kesehatan mental kepada pengikutnya, sehingga penelitian ini dilakukan secara *online* dengan mengobservasi kegiatan bersosial media pada akun *Instagram* @ibunda.id. Sementara untuk objek dalam penelitian ini adalah informan yang dimintai keterangan berkaitan dengan penelitian, pihak yang menjadi informan adalah pengikut aktif akun *Instagram* @ibunda.id. Adapun teknik pemilihan informan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* atau penarikan sampel dengan cara menentukan suatu kelompok yang diteliti berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini, kriteria yang ditetapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut: (1) Pengguna aktif *Instagram*; (2) Pernah berkomentar pada unggahan @ibunda.id periode bulan Desember 2022; dan (3) Memanfaatkan *Instagram* sebagai media mendapatkan informasi kesehatan mental. Teknik pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi secara *online*, dan studi literatur. Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada informan yang menjadi objek penelitian. Kemudian, untuk observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktifitas akun *Instagram* @ibunda.id dan interaksi pengikutnya. Sementara untuk studi literatur, dilakukan dengan cara membaca dan merujuk sumber-sumber informasi yang sesuai dengan penelitian ini.

Untuk teknik analisis data sendiri, dilakukan dengan cara menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi literatur. Model analisis data yang digunakan adalah model interaktif (Miles & Huberman, 2016). Komponen yang digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut: (1) Korespondensi data, dilakukan dengan cara merujuk pada proses pemilihan, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data yang didapat agar menjadi lebih terfokus sesuai dengan kebutuhan peneliti, (2) Penyajian data, dilakukan dengan cara mengorganisasikan, menyatukan, dan menyimpulkan informasi yang didapatkan. Hal ini membantu peneliti dalam memahami konteks penelitian karena dilakukan analisis yang lebih mendalam, (3) Penarikan kesimpulan, dilakukan dengan cara mencari pemahaman, mencatat hal-hal yang perlu diperjelas, dan menentukan sebab-akibat dari penelitian yang dilakukan agar dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan data yang diperoleh peneliti.

Dengan metode penelitian dan pendekatan ini, peneliti tidak memberikan pengaruh sedikitpun terhadap objek karena kedudukan peneliti adalah sebagai instrumen kunci yang harus memiliki bekal teori dan wawasan pada bidang ilmu terkait agar mampu menganalisis

dan mengkonstruksikan situasi atau permasalahan yang ada menjadi lebih transparan dan memiliki makna tersendiri (Anisah, Sartika, & Kurniawan, 2021). Hasil dari penelitian dapat dipertanggungjawabkan dengan baik, serta hasil dari penelitian dapat menafsirkan data yang didapatkan untuk membantu memahami kehidupan sosial pada tempat yang ditargetkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

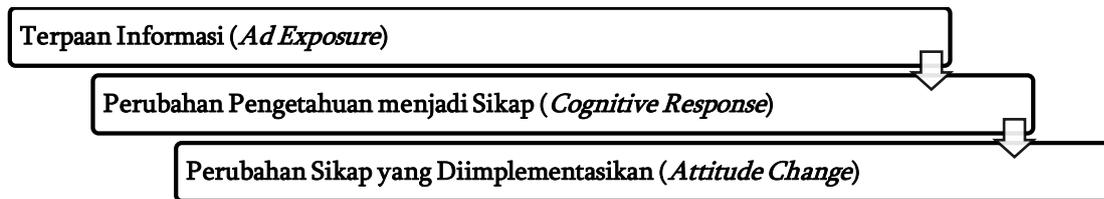
Sebagai landasan dilakukannya penelitian ini, digunakan teori untuk menjadi dasar pijakan dalam mendukung proses penelitian. Teori yang digunakan adalah Teori Respon Kognitif (*Cognitive Response Theory*). Teori ini dikemukakan oleh Batra, Myers, and Aaker, (2006), bahwa asumsi dasar dari teori ini adalah sebagai berikut:

“Khalayak secara aktif terlibat dalam proses penerimaan informasi dengan cara mengevaluasi informasi yang diterima berdasarkan pengetahuan dan sikap yang dimiliki sebelumnya, yang akhirnya mengarah pada perubahan sikap dari individu tersebut” (Batra et al., 2006).

Dalam teori ini, disebutkan hal-hal yang memengaruhi pengambilan keputusan dan pembentukan sikap dari individu yang diterpa oleh sebuah informasi, yakni sebagai berikut: (1) Pemikiran terhadap pesan atau produk (*Product/Messages Thought*) atau hal-hal yang berkaitan dengan isi pesan dalam sebuah informasi yang diterpa oleh produsen informasi. Biasanya, respons dari aspek ini berkaitan dengan respons khalayak saat menerima informasi, apakah positif (mendukung) atau negatif (tidak mendukung); (2) Pemikiran terhadap sumber (*Source Oriented Thought*) atau hal-hal yang berkaitan dengan tingkat kredibilitas sumber informasi atau komunikator yang menyampaikan suatu informasi. Hal ini berhubungan dengan pemikiran, kepercayaan, dan pendapat khalayak terhadap informasi yang diterima, apakah sesuai dan dapat dipertanggungjawabkan atau tidak. Sehingga, jika sumber informasi atau komunikator dianggap tidak kredibel, khalayak akan cenderung memberikan respons negatif atau penolakan terhadap informasi dan pesan yang disampaikan; dan (3) Pemikiran terhadap informasi (*Advertising Executing Thought*) atau hal-hal yang berkaitan dengan pemahaman dan perasaan khalayak setelah diterpa oleh sebuah informasi pada suatu media. Artinya, segala jenis informasi yang disampaikan oleh seorang produsen informasi akan menghasilkan sebuah pemikiran yang berasal dari khalayak dan akan memicu timbulnya sebuah sikap (Anggraeni, Winoto, & Rodiah, 2017).

Dalam teori ini juga disebutkan, jika khalayak yang diterpa informasi mengalami atau menimbulkan sebuah kecenderungan sikap, artinya khalayak mampu mempelajari apa isi pesan dari informasi yang disampaikan. Sebab, dari proses diterima dan dilihatnya sebuah informasi, akan menghasilkan sebuah penilaian dan keyakinan tertentu yang berpotensi menjadi suatu perubahan sikap atau perilaku yang dilakukan secara tetap. Terdapat juga proses yang biasanya terjadi pada khalayak dalam menerima informasi, yakni berpikir secara aktif ketika penerpaan informasi sedang berlangsung. Hal ini memungkinkan seluruh informasi yang diterima, diolah menjadi sebuah pengetahuan. Lalu cara khalayak dalam menilai pesan yang nantinya akan menjadi kecenderungan dalam bersikap dalam kehidupan sehari-hari. Jika

digambarkan, perubahan sikap mulai terjadi saat penerpaan informasi (*ad exposure*) merambah kepada ranah kesadaran, pengetahuan, dan pemahaman khalayak (*cognitive response*), barulah selanjutnya hal ini akan menimbulkan perubahan sikap dari khalayak tersebut (Hastjarjo, 2004).

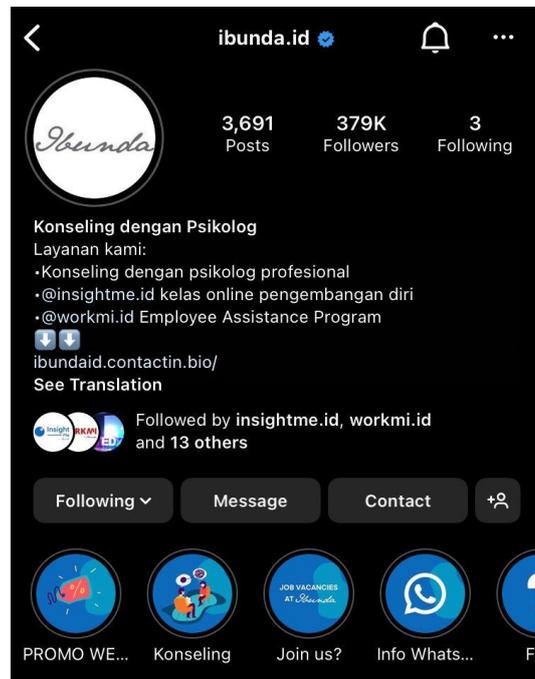


Gambar 1. Model Teori Respons Kognitif Aaker & Myers.

Sumber: Batra et al. (2006)

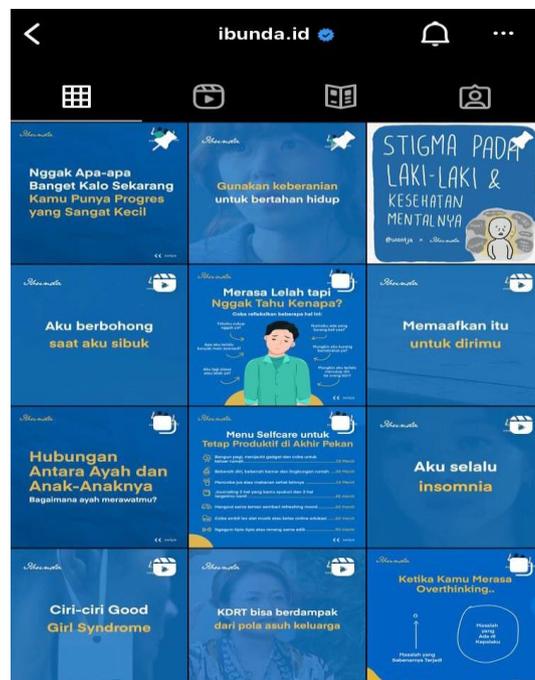
Penyebaran atau penerpaan informasi ini dapat dilakukan oleh siapapun atau kelompok manapun, seperti halnya *Instagram* Ibunda, komunitas ini bergabung pada platform *Instagram* pada bulan Maret 2015, dengan nama pengguna (*username*) @ibunda.id. Akun *Instagram* @ibunda.id merupakan salah satu akun yang memiliki konten kesehatan mental dengan *followers* terbanyak di Indonesia. Unggahannya bersifat membangun kesadaran pengikutnya terhadap kesehatan mental masing-masing dan telah memiliki 379.000 *followers* terhitung pada tanggal 14 November 2022 serta berhasil membagikan 3.699 postingan dalam bentuk foto, video, dan *live streaming* yang diunggah ke dalam postingan dengan topik yang selalu mengangkat isu kesehatan mental (terhitung pada 14 November 2022). Dalam banyak unggahan, Ibunda menyebarkan informasi dengan sumber yang cukup kredibel, karena Ibunda menaungi banyak para ahli psikologis dan memiliki dua penasihat dengan latar belakang ilmu psikologi dan kesehatan jiwa.

Diketahui, Ibunda menyatakan dirinya sebagai salah satu penggerak isu kesehatan mental. Hal ini dapat dilihat pada profil *Linkedin* Ibunda “*BUNDA.ID is a tech start-up that provides mental health products & services through technology and psychology innovation. Since 2015, we have provided psychological assistance to +1.000.000 users throughout Indonesia.*”. Ibunda acap kali membagikan informasi yang berkaitan dengan psikologi dan topik kesehatan mental yang kredibel melalui konten *feeds, story, reels, IGTV, dan live streaming* sehingga memudahkan pengikut akun ini untuk mengakses berbagai informasi terkait kesehatan mental yang mereka butuhkan tanpa perlu melakukan studi pustaka, membeli buku, dan lain sebagainya. Adapun target informasi dari konten Ibunda ini tidak hanya berfokus hanya pada suatu kelompok tertentu saja, namun pada berbagai kelompok dan lapisan masyarakat dengan pembahasan kesehatan mental yang beragam. Melalui hal ini, terbentuk kegiatan bermedia sosial yang cukup intens antara Ibunda dengan pengikutnya karena pemanfaatan media yang tepat, isi pesan yang disampaikan, dan daya tarik konten *Instagram* yang dimiliki Ibunda.



Gambar 2. Profile Instagram @ibunda.id.

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2022



Gambar 3. Feeds Instagram @ibunda.id

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2022

Penggunaan *Instagram* dewasa ini menjadi salah satu aktifitas yang lumrah dilakukan dalam keseharian oleh berbagai pihak, mulai dari remaja hingga dewasa. Pemanfaatan *Instagram* oleh Ibunda dapat dikatakan cukup efektif, hal ini dirasakan oleh sebagian besar pihak untuk memenuhi kebutuhannya, seperti yang dikatakan oleh salah satu pengikut aktif akun *Instagram* @ibunda.id sebagai berikut:

“Menurut aku, konten-konten Ibunda itu isinya daging semua, bener-bener bermanfaat buat pembacanya. Banyak banget ilmu baru, istilah baru, dan cara-cara menghadapi

sesuatu yang aku baru tau setelah *follow* akun Ibunda. Isi pesannya bener-bener tersampaikan ke pembaca, bahasanya mudah dimengerti, terus *relatable* banget sama kehidupan aku yang belum stabil emosinya, kadang mudah marah, stres, dll. Aku ngerasa di-support & divalidasi sama postingan akun Ibunda. Apalagi penggunaan aplikasi *Instagram* itu semakin memudahkan aku sebagai seseorang yang senang menggunakan media sosial” (Y. F. Aisyah, wawancara, 5 Januari 2022).

Kemudian didukung juga oleh pendapat informan lainnya, yaitu:

“Untuk akun layanan konseling, mereka ga selalu fokus sama marketing aja tapi emang beneran ngasih edukasi tentang *mental health* buat *followers*-nya. Contohnya kayak membangun kesadaran buat kesehatan mental kita sendiri, cara buat ngontrol sikap dan pikiran tertentu, sampe fenomena yang biasanya dialami tuh ada penjelasannya dalam sisi psikologis. Belum lagi, isi kontennya mereka juga *riding the wave* jadi gak terkesan kaku tapi tetap ilmiah. Mereka juga suka ngadain *live session* sama narasumber yang kredibel, lumayan banget bisa tanya tanya secara langsung juga” (S. A. Putri, wawancara, 5 Januari 2022).

Melalui kedua informan ini dapat diketahui bahwa khalayak berperan secara aktif dalam penerimaan informasi yang diunggah oleh Ibunda. Sebab, informasi yang dibagikan menghasilkan pemikiran terhadap isi pesan atau produk. Hal ini sejalan dengan salah satu aspek dari teori respons kognitif yaitu *product/messages thoughts*. Penggunaan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi memiliki keunggulan tersendiri seperti dapat memengaruhi selera dan persepsi penggunanya dengan luas, dapat mencapai tujuan organisasi dengan biaya yang rendah, serta penggunaan suara dan gambar bergerak mampu memberikan dampak yang kuat dari produsen informasi terhadap penerima informasi (Anwar, Lusiana, & Rahman, 2019).

Selanjutnya, suatu *platform* yang menyediakan berbagai informasi krusial harus mampu mempertanggungjawabkan kebenaran atau kevalidan dari informasi yang dibagikan. Hal ini berkaitan dengan sumber informasi yang dipilih dan digunakan atau siapa yang menjadi komunikator penyampai informasi, sebab dengan sumber yang kredibel dapat menarik dan membangun kepercayaan khalayak media sosial terhadap informasi yang nantinya akan selalu diterima. Sebagaimana yang dilakukan oleh Ibunda, akun ini memanfaatkan berbagai sumber informasi yang kredibel, salah satunya seperti para ahli psikologi yang berada di bawah naungan Ibunda. Hal ini juga disetujui oleh informan, dengan pernyataan sebagai berikut:

“Konten yang disajikan oleh @ibunda.id menurut saya memiliki kredibilitas dan keakuratan yang tinggi. Konten dibuat berdasarkan informasi dari para ahli dan juga jurnal penelitian. Saya juga sering menonton *live IG* @ibunda.id di mana narasumbernya adalah para psikolog yang sudah punya jam terbang tinggi dalam menangani kesehatan mental. Selain itu akun Ibunda sudah centang biru (*verified*) sehingga menambah meyakinkan saya bahwa informasi yang disajikan sangat berkualitas” (E. Nafilah, wawancara, 6 Januari 2022).

Namun, di samping itu, terdapat juga pendapat informan lainnya mengenai kredibilitas dari akun Ibunda, yang didasari oleh tidak selalunya akun Ibunda mencantumkan sumber

informasi yang mereka gunakan utamanya pada konten *feeds*. Berikut adalah pendapat dari informan tersebut:

“Konten pada akun Ibunda masih belum semua tercantum sumber. Saya masih menemukan beberapa konten di *feeds*-nya yang belum ada rujukan dari mana informasi ini didapatkan meskipun pengemasan informasinya terbilang sudah cukup baik dan menarik untuk khalayak umum” (A. Mananohas, wawancara, 6 Januari 2022).

Pemikiran terhadap sumber (*source oriented thought*) yang dihasilkan oleh khalayak berperan penting dalam proses penyebaran informasi. Sebab, hal ini dapat menjadi salah satu bentuk evaluasi untuk produsen informasi. Dengan memilih sumber yang baik, menandakan bahwa produsen informasi memperhatikan siapa yang menulis, apa yang ditulis, dan bagaimana informasi yang ditulis ini akan berdampak nantinya. Informasi juga akan semakin dipercaya jika mencantumkan nama penulis atau sumber informasi, bukan sekedar *anonymous* atau penulis tanpa identitas, dengan identitas yang jelas akan meningkatkan kredibilitas dan penilaian baik terhadap informasi yang disampaikan (Selim, 2011).

Setelah suatu *platform* memiliki tingkat kredibilitas informasi yang baik, secara bertahap nantinya akan membangun kepercayaan dari khalayak yang menerimanya. Melalui proses penerimaan ini, informasi yang sebelumnya dipercaya akan berubah menjadi sebuah pengetahuan yang tersimpan oleh pihak yang menerima, kemudian dari pengetahuan inilah nantinya yang akan memicu kecenderungan seseorang dalam menentukan sikapnya saat merespons atau menanggapi sesuatu (Savitri, 2016). Hal ini sejalan dengan aspek yang ada di dalam teori respons kognitif, yaitu pemikiran terhadap informasi (*advertising executing thought*). Aspek ini berkaitan dengan pemahaman dan perasaan khalayak saat berada dalam proses penerimaan informasi. Kemudian menghasilkan kecenderungan dalam bersikap atau berperilaku. Sebab, dalam teori ini disebutkan jika khalayak menimbulkan kecenderungan dalam bersikap setelah mendapatkan suatu informasi, hal itu menandakan bahwa khalayak terlibat dan mampu berpikir secara aktif dan sadar dalam mengelola informasi yang diduplikasinya. Sejalan dengan pendapat bahwa media telah memberikan berbagai informasi, pengetahuan baru bagi individu, memengaruhi penggunaannya, dan memberikan argumen yang kuat yang dapat menumbuhkan minat individu (Anindyaputri, Rusmana, & Komariah, 2020).

Mengacu pada konten yang diunggah oleh Ibunda yang mengangkat isu kesehatan mental, Ibunda kerap lebih menyentuh perasaan pengikutnya dengan stimulus yang diberikan. Melalui perasaan inilah nantinya terbentuk kepercayaan yang berubah menjadi pengetahuan dan berakhir dengan kecenderungan seseorang dalam bersikap, sejalan dengan pendapat seorang informan di bawah ini:

“Beberapa tahun kebelakang aku sering banget cemas, Ibunda tuh menyediakan informasi gimana sih caranya buat ngontrol perasaan tersebut? Kenapa aku bisa ngerasa gini? Udah gitu perasaan ini bisa dialihkan ke kegiatan apa. Selain itu, aku juga menerapkan salah satu kegiatan rekomendasi yang diinformasikan oleh Ibunda, yaitu *journaling* buat membantu *figuring out my feelings, what I want, and what I need. It works well on me*” (S. A. Putri, wawancara, 6 Januari 2022).

Kesimpulannya, stimulus yang ada pada *Instagram* Ibunda mampu membangun reaksi afektif khalayak yang kemudian berubah menjadi reaksi konatif. Hal ini didasari oleh pemikiran khalayak bahwa stimulus mampu mewakili atau merepresentasikan apa yang tengah dirasakan (reaksi afektif). Lalu, memberikan kecenderungan pengikutnya untuk bersikap atau berperilaku dalam menghadapi suatu informasi yang diterima (reaksi konatif).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan yang merupakan pengikut aktif akun @ibunda.id, diketahui bahwa *Instagram* Ibunda dapat dikatakan sudah cukup baik dalam menyebarkan informasi kesehatan mental. Meninjau kepada teori respons kognitif yang memiliki tiga aspek utama di dalamnya, akun *Instagram* Ibunda mampu memenuhi sebagian besar hal-hal penting yang terkandung di dalamnya, sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh keempat informan, meskipun masih terdapat hal-hal yang perlu diperbaiki. Selain itu, di luar pihak informan dalam penelitian ini, keberadaan *Instagram* Ibunda menunjukkan bahwa mereka telah banyak membantu berbagai pihak dalam menangani permasalahan kesehatan mental, baik melalui jasa layanan konseling yang disediakan maupun melalui informasi-informasi yang dibagikan. Ibunda juga hadir memberikan kemudahan bagi banyak pihak yang ingin mengetahui berbagai informasi mengenai apa itu kesehatan mental, sebab tidak semua pihak yang mengetahui kesehatan mental dapat sekaligus memahami secara lebih mendalam.

Mengacu pada Teori Respons Kognitif (*Cognitive Response Theory*) terdapat tiga aspek penting yang memengaruhi terbentuknya kecenderungan sikap khalayak yang menerima informasi. Jika dikaitkan dengan *Instagram* @ibunda.id, yakni pemikiran terhadap pesan atau produk (*product/messages thought*) yaitu di mana khalayak yang menerima informasi benar-benar memperhatikan isi pesan yang disampaikan pada setiap konten Ibunda, sehingga terbentuk respons atau argumen yang berasal dari khalayak baik dalam bentuk dukungan maupun penolakan. Hal ini memungkinkan seluruh informasi yang diterima diolah menjadi sebuah pengetahuan oleh pengikut @ibunda.id. Maka dari itu, Ibunda sebagai pihak komunikator harus mampu merumuskan pesan-pesan yang meminimalisir terjadinya argumen penolakan khalayak.

Kedua, pemikiran terhadap sumber (*source oriented thought*), yakni tingkat kepercayaan khalayak terhadap sumber yang digunakan sebagai acuan dibuatnya suatu informasi atau komunikator penyampai informasi. Dalam hal ini, Ibunda seringkali menyampaikan informasi dari sumber atau komunikator yang kredibel dan benar-benar memahami apa yang ingin disampaikan atas suatu topik tertentu. Sebab, dengan sumber atau komunikator yang memiliki identitas jelas, khalayak cenderung akan lebih menerima informasi dan menaruh rasa percaya terhadap informasi lebih besar jika dibandingkan dengan sumber atau komunikator informasi yang tidak memiliki identitas jelas. Lebih lanjut menurut (Launa, Arifin, & Widyowati, 2012), jika aspek ini dapat direpresentasikan dengan baik, maka melalui aspek inilah sejatinya terjadi suatu respons afektif atau reaksi afektif yang dapat mewakili perasaan dan pemikiran khalayak, lalu berdampak pada sikap penerima itu sendiri.

Terakhir, pemikiran terhadap informasi (*advertising executing thought*), yakni bentuk penerapan dari seluruh informasi yang telah melewati serangkaian proses penerimaan oleh khalayak. Seluruh informasi yang dibagikan pada akun *Instagram @ibunda.id* dapat dikatakan sebagai stimulus yang diberikan kepada khalayak. Stimulus berguna sebagai rangsangan terbentuknya pengetahuan atau *awareness* akan kesehatan mental, lalu kemudian diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Kecenderungan sikap yang terbentuk itulah yang dihasilkan oleh aspek ini. Sebab, dengan diterapkannya aspek ini, menunjukkan bahwa seluruh informasi yang diterima benar-benar dievaluasi secara aktif oleh khalayak melalui akal, pikiran, dan mentalnya agar mampu diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

SIMPULAN

Instagram @ibunda.id berperan dalam membagikan informasi kesehatan mental yang mudah dimengerti oleh *followers*-nya. Sebagaimana penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana perspektif pengguna pada penyebaran informasi kesehatan mental melalui akun *Instagram @ibunda.id*. Hal ini ditunjukkan melalui akun *Instagram @ibunda.id* merupakan salah satu *platform* yang bergerak di bidang kesehatan mental dengan pengikut paling banyak di Indonesia. Ibunda kerap memanfaatkan berbagai media sosial, khususnya *Instagram* dengan tujuan untuk menyebarkan berbagai informasi yang berkaitan dengan isu-isu psikologis dan memiliki peran menjadi salah satu media edukasi yang dapat membangun kepedulian masyarakat terhadap pentingnya memelihara kesehatan mental, baik untuk diri sendiri maupun lingkungan sekitarnya. Penyebaran informasi *Instagram @ibunda.id* dikemas dengan cara yang menarik dan variatif setiap harinya, sehingga *Instagram* ini memiliki daya tarik sendiri bagi pengikutnya. Berdasarkan penelitian ini, diketahui bahwa pengikut akun *@ibunda.id* menerima informasi dan memperhatikan isi pesan yang disampaikan, sehingga muncul rasa percaya dari pengikut akun ini terhadap informasi yang disampaikan yang dapat memberikan kecenderungan pada perubahan sikap penggunanya. Hasil tersebut, berdampak pada penyebaran informasi kesehatan mental pada akun *Instagram @ibunda.id* yang dinilai berhasil memberikan berbagai dampak positif. Dampak positif tersebut diantaranya adalah *followers* mampu memahami diri sendiri, mampu mengontrol dan mengatasi diri sendiri untuk banyak hal, dapat menemukan solusi dari permasalahan yang dirasakan secara cepat, dan perasaan yang dirasakan dapat tervalidasi. Di samping itu, melalui *Instagram @ibunda.id*, *followers* merasa memiliki perubahan pada pola pemeliharaan kesehatan mental, mampu memenuhi kebutuhan informasi, dan mendapatkan pemahaman-pemahaman baru terkait kesehatan mental serta isu-isu psikologis lainnya. Meskipun masih ditemukan kendala atau masukan terkait rujukan sumber informasi yang digunakan oleh Ibunda, yakni beberapa konten belum semuanya tercantum rujukan yang digunakan. Pemanfaatan media sosial *Instagram* oleh *@ibunda.id* dalam melakukan penyebaran informasi seputar pemeliharaan kesehatan mental terlihat sudah berjalan cukup baik dan dinilai berhasil berdasarkan perspektif pengikutnya. Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat atau masukan berharga bagi pemilik akun *@ibunda.id* dan akun *Instagram* sejenis sebagai salah

satu referensi dan bahan evaluasi agar tetap dapat menyajikan berbagai informasi bagi *followers*-nya dengan lebih baik dan konsisten, sekaligus memberikan manfaat bagi pencari informasi seputar kesehatan mental dan layanan konseling agar mendapatkan kemudahan akses informasi. Serta melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman ilmiah bagi peneliti selanjutnya terkait fenomena serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, K. (2020). Mitos, kesalahpahaman, dan fakta mengenai gangguan jiwa. Retrieved from rs-soewandhi.surabaya.go.id/ website: <https://rs-soewandhi.surabaya.go.id/mitos-kesalahpahaman-dan-fakta-mengenai-gangguan-jiwa/>
- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh endorsement influencer Instagram terhadap keputusan pembelian pada generasi z. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1), 15–28. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>
- Anggraeni, R., Winoto, Y., & Rodiah, S. (2017). Studi tentang terpaan informasi kesehatan dan kaitannya dengan perilaku hidup sehat di kalangan para siswa (survey explanatory terhadap para siswa SMAN 3 Kuningan Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Signal*, 5(2). <https://doi.org/10.33603/signal.v5i2.883>
- Anindyaputri, R., Rusmana, A., & Komariah, N. (2020). Hubungan customer engagement melalui Instagram @perpustakaanidkibud dengan minat kunjungan perpustakaan di kalangan follower aktif. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 219–238. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.25919>
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan literasi kesehatan pada mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94–107. <https://doi.org/10.22373/jp.v4i2.11080>
- Anwar, R. K., Lusiana, E., & Rahman, M. T. (2019). Internet advertising and consumptive. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 2(1), 46–60. <https://doi.org/10.15575/jt.v2i1.3541>
- Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2017). Komunikasi digital berbentuk media sosial dalam meningkatkan kompetensi bagi kepala, pustakawan, dan tenaga pengelola perpustakaan. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 6(3), 204–208. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v6i4.14891>
- Batra, R., Myers, J. G., & Aaker, D. A. (2006). Advertising management. In *Advertising management*. India: Pearson Education.
- Dewi, K. S. (2012). *Buku ajar kesehatan mental* (Ed. 1). Semarang: UPT UNDIP Press.
- Dwiani, S. R., & Prihantoro, E. (2020). Pengaruh pengguna media Instagram @najwashihab dan terpaan informasi terhadap pembentukan sikap followers dalam menghadapi Covid-19. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK)*, 2(3), 127–133. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i4.11256>
- Hastjarjo, T. D. (2004). Berkenalan dengan psikologi kognitif. *Jurnal Intelektual*, Vol. 2.
- Januatisa, N. C. M., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S. (2022). Penyebaran informasi wisata kuliner pada Instagram @Bogoreatery di Kota Bogor. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 2(2), 123–136.
- Kartika, K., Unde, A. A., & Mau, M. (2021). Pengaruh terpaan informasi Covid-19 di media sosial terhadap tingkat perilaku masyarakat di era new normal. *Dialektika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18–35. <https://doi.org/10.32816/dialektika.v8i1.1953>

- Launa, L., Arifin, H. S., & Widyowati, W. (2012). Pengaruh terpaan iklan televisi axis versi “pake sedikit dijamin gratisannya banyak” terhadap brand awareness di kalangan mahasiswa Bandung. *Students E-Journal*, 1(1).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2016). Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods. In *Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods* (p. 263). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Millenia, M. (2022). Minimnya kesadaran masyarakat terhadap mental health. Retrieved from sardjito.co.id website: <https://sardjito.co.id/2022/03/09/minimnya-kesadaran-masyarakat-terhadap-mental-health/>
- 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. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.3097>
- Rahayu, S. A. (2017). *Strategi komunikasi sosialisasi program vasektomi (studi kasus pada suami di Kecamatan Bojongloa Kaler)* (Universitas Pendidikan Indonesia). Universitas Pendidikan Indonesia. Retrieved from http://repository.upi.edu/31835/1/S_IKOM_1305515_Title.pdf
- Rokom. (2021). Kemenkes Beberkan Masalah Permasalahan Kesehatan Jiwa di Indonesia. Retrieved from <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/> website: <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20211007/1338675/kemenkes-beberkan-masalah-permasalahan-kesehatan-jiwa-di-indonesia/>
- Savitri, S. (2016). Evaluasi kredibilitas informasi di internet. <https://Jakarta.Litbang.Pertanian.Go.Id/Ind/Index.Php/Publikasi/Artikel/644-Evaluasi-Kredibilitas-Informasi-Di-Internet>, (30), 1–13.
- Selim, H. M. (2011). *Content evaluation criteria for general websites: Analysis and comparison* (No. 2011–03). Al Ain. Retrieved from https://www.uaeu.ac.ae/en/cbe/research/publications/pdf/2011/wp2011_03.pdf
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wahid, U., & Nurbaya, N. S. (2016). *Komunikasi politik: Teori, konsep, dan aplikasi pada era media baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- WHO. (2022). Mental health: Strengthening our response. Retrieved from who.int website: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>