

## Pengaruh Pemanfaatan Akun Instagram @menjadimania.id Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers

Devara Helya Tahani<sup>1</sup>, Vinta Sevilla<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

E-mail: <sup>1</sup> devarahelyat@gmail.com

### Abstrak

*The presence of technology in everyday life has facilitated human activities in communicating and sharing information. Instagram is a social media that can be used to disseminate information, one of which provides information about mental health. The Instagram account menjadimania.id is a psychology account that can be used as an alternative channel to fulfill various mental health information needs. The menjadimania.id account seeks to raise awareness about the importance of mental health to the Indonesian people. This study aims to determine the effect of using Instagram account menjadimania.id on mental health information needs using the Uses and Gratification model. The approach in this study uses explanatory quantitative with a survey method, with distributing questionnaires via Instagram Direct Message to 150 respondents who have been determined through purposive sampling technique. Data analysis techniques in this study include normality tests, correlation tests, simple linear regression tests, coefficient of determination tests, and hypothesis tests. The results of the study based on statistical tests that have been carried out provide results that the use of Instagram account menjadimania.id has a significant and positive effect on the mental health information needs of followers. This is proven through hypothesis testing where the significance value is  $0.000 < 0.005$ , which means  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, and through the results of the correlation test obtained a value ( $r$ ) of 0.849 which shows that there is a strong relationship between the variable use of media on fulfilling information needs.*

**Kata kunci:** Media Use, Information Needs, Mental Health, Instagram.

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi berbasis internet pada bidang komunikasi telah membawa perubahan revolusioner bagi masyarakat Indonesia. Munculnya internet memungkinkan orang-orang dari belahan dunia yang sebelumnya tidak saling mengenal untuk terhubung satu sama lain melalui koneksi jaringan internet. Interaksi antara mereka bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup, terutama dalam hal memperoleh informasi. Informasi menjadi bagian penting dan tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari untuk mendukung berbagai aktivitas individu.

Berdasarkan Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022, media sosial merupakan konten internet yang paling banyak diakses masyarakat Indonesia. ada 89,15% responden yang mengakses konten media sosial saat berselancar di dunia maya. Menurut Triastuti, Adrianto, dan Nurul (2017) Media sosial adalah platform berbasis internet seperti situs web dan aplikasi yang berfungsi sebagai wadah bagi pengguna untuk terlibat secara online, sementara menurut Nathanael (2022) media sosial mengacu pada sarana komunikasi untuk menjangkau khalayak luas dengan menggunakan platform media seperti internet, blog, dan podcast. Media sosial menawarkan berbagai keuntungan, seperti mempermudah interaksi antar manusia, memperluas jaringan sosial, dapat dengan mudah mengekspresikan diri, dan memfasilitasi penyebaran informasi.

(Cahyono, 2016).

Saat ini, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer dan aktif digunakan, hal ini dibuktikan melalui data dari Napoleon Cat yang menunjukkan bahwa hingga Februari 2023, terdapat sekitar 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia. Instagram sendiri ialah salah satu aplikasi media sosial yang berfungsi untuk membagikan foto dan video (Holmes, 2015). Menurut (Fujiawati & Raharja, 2021) banyaknya pengguna internet di Indonesia yang menggunakan media sosial khususnya Instagram menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan sebagai alternatif media dalam memperoleh informasi dan berbagi informasi. Oleh karena itu, saat ini, pemanfaatan media sosial Instagram tidak hanya digunakan untuk melakukan penyebaran informasi tentang kehidupan sosial saja tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal positif lainnya, salah satunya memberikan informasi mengenai kesehatan mental.

Informasi kesehatan mental merupakan proses penyebaran informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan komunikasi kesehatan mental yang bertujuan untuk membantu memahami kondisi kesehatan mental seseorang. Menurut Handayani (2022) kesehatan mental adalah terhindarnya seseorang dari gejala gangguan mental, memiliki keharmonisan jiwa, mampu menghadapi tantangan, merasakan kebahagiaan, dan dapat beradaptasi dengan lingkungan. Sejak munculnya fenomena pandemi Covid-19 lalu permasalahan kesehatan mental menjadi topik yang banyak mendapatkan perhatian (Rokom, 2021). Hingga saat inipun isu kesehatan mental menjadi isu yang sering diperbincangkan oleh banyak orang karena masih menjadi permasalahan yang belum sepenuhnya teratasi.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia pada bulan Juni 2021, menunjukkan bahwa 68% dari populasi mengalami masalah psikologis dari tahun 2020 hingga 2021 selama pandemi Covid-19. Gangguan psikologis tersebut terjadi karena masyarakat secara terus menerus menerima informasi seputar Covid-19 di setiap harinya dan berdampak pada peningkatan rasa kekhawatiran masyarakat (Kartika, 2021). Adanya fenomena tersebut tentunya berdampak negatif bagi sebagian besar individu terhadap keadaan mentalnya seperti stres, rasa cemas, rasa takut, depresi, dan trauma (Mutia, 2021).

Selanjutnya, orang yang sedang mengalami gangguan mental memiliki kecenderungan untuk melakukan bunuh diri. Menurut Kementerian Kesehatan (Kemenkes), perilaku bunuh diri berkaitan dengan gangguan kejiwaan, salah satunya depresi. Hal ini didukung pula dengan data yang dimiliki kepolisian RI (Polri) dimana sejak Bulan Januari hingga Juli 2023 sebanyak 640 kasus bunuh diri dimana 203 kasus diantaranya adalah bunuh diri yang disebabkan karena depresi (Rizaty, 2023). Oleh karena itu, mengacu pada data diatas, permasalahan atau isu kesehatan mental perlu mendapat perhatian lebih untuk mengurangi jumlah penderita gangguan mental dan kasus bunuh diri yang disebabkan oleh depresi dan gangguan mental lainnya. Menurut Agustin, Rahimia, Hasyim, Rosetia, & Kurniawati (2023) peran komunikasi kesehatan mental sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, hal ini menjadi penting karena berdampak pada kesehatan mental seseorang.

Saat ini terdapat beberapa platform psikologi yang hadir ditengah masyarakat untuk memberikan konten mengenai kesehatan mental seperti, akun Menjadimanusia.id (1.1 juta followers dan 2.213 postingan), Greatmind.id (366 ribu followers dan 1.336 postingan), Duduk.dulu (246 ribu followers dan 286 postingan), Pijarpsikologi (253 ribu followers dan 116 postingan) dan Studiodjiwa (90,8

ribu followers dan 407 postingan). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan akun menjadimanusia.id sebagai akun yang diteliti.

Akun Instagram menjadimanusia.id adalah akun yang memberikan informasi seputar apa yang membuat seseorang menjadi manusia yang lebih baik dan penuh potensi. Platform ini bertujuan menciptakan komunitas yang aman bagi orang-orang untuk berbagi cerita dan mengurangi masalah pribadi mereka dengan mengonsumsi konten kesehatan mental yang diberikan setiap harinya. Akun menjadimanusia.id juga rutin memberikan informasi dua kali postingan dalam sehari kepada followersnya. Menurut Sutrisno dan Mayangsari (2021) intensitas postingan yang diberikan secara rutin dapat memengaruhi khalayak untuk mengakui dan mempercayai informasi dari sebuah akun yang dikonsumsinya.



**Gambar 1.** Profil Akun Instagram Menjadimanusia.id

(Sumber: Instagram @menjadimanusia.id, 2023)

Akun instagram menjadimanusia.id memberikan informasi seputar kesehatan mental, inspirasi, motivasi, social justice, dan spirituality yang di posting melalui unggahan feeds, reels, maupun instastory. Akun menjadimanusia.id memiliki berbagai jenis publikasi konten yang diberikan kepada para followersnya dalam bentuk kegiatan edukasi, sosialisasi, dan kolaborasi. Isi dari publikasi konten dalam bentuk edukasi yaitu memberikan informasi melalui feeds dan reels mengenai kesehatan mental secara spesifik serta memberi saran/tips dalam menjaga kesehatan mental.

Kemudian dalam bentuk sosialisasi akun menjadimanusia.id memberikan informasi melalui kegiatan webinar, Instagram live, serta mengadakan workshop dengan menghadirkan ahli di bidang kesehatan mental. Selain itu, akun ini juga berkolaborasi dengan berbagai komunitas lain seperti greatmind.id dan santosha.id dengan tujuan untuk menyebarkan informasi tentang kesehatan mental secara luas kepada masyarakat.

Selain itu, akun menjadimanusia.id juga menyediakan program untuk memperhatikan kondisi kesehatan mental masyarakat Indonesia dengan memberikan layanan konsultasi online non-klinis dengan peer counselors yang disebut sebagai Ruang Cerita. Sesi konsultasi dalam layanan ini memiliki dua pilihan durasi, dimana konsultasi dengan durasi 30 menit dikenakan biaya sebesar Rp 50.000, dan sesi konsultasi dengan durasi 90 menit dikenakan biaya Rp 90.000. Melalui Ruang Cerita

tersebut mereka yang berkonsultasi bisa cerita tentang masalah yang dihadapi seperti kecemasan, masalah keluarga, kehilangan motivasi dan percaya diri, serta masalah non klinis lainnya dengan terbuka dan tanpa penghakiman.

Akun menjadimanusia.id juga melakukan interaksi setiap harinya melalui QNA, dan Polling di Instagram Story dengan pengikutnya untuk membangun engagement diantara mereka. Pengikut akun menjadimanusia.id juga berkomunikasi dengan pengguna Instagram lainnya dengan saling menyebut nama di dalam komentar dan memberikan tanggapan terhadap konten yang diberikan oleh akun Instagram menjadimanusia.id.

Berdasarkan uraian diatas, menurut peneliti pemanfaatan akun Instagram menjadimanusia.id menarik untuk diteliti karena memiliki keunikan dan kekhasan yang ditunjukkan dengan jumlah followers, intensitas postingan, dan juga memiliki program layanan kesehatan mental yang diberikan untuk followersnya. Selain itu isu atau permasalahan kesehatan mental hingga saat ini masih belum sepenuhnya teratasi khususnya sejak pandemi covid tahun 2020 lalu. Keberadaan akun menjadimanusia.id diharapkan dapat menjadi acuan untuk memelihara kesehatan mental masyarakat Indonesia serta memberikan pengetahuan dan wawasan baru yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu, pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pemanfaatan akun instagram @menjadimanusia.id terhadap kebutuhan informasi kesehatan mental followers. Landasan yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan model uses and gratification. Model uses and gratification dikemukakan oleh Herbert Blumler, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch yang memiliki asumsi bahwa khalayak atau pengguna media memiliki peran aktif dan selektif dalam memilih dan menggunakan media yang ingin mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan informasinya (Setyanto & Afnetta , 2021). Sesuai dengan penelitian ini, followers akun menjadimanusia.id sebagai khalayak aktif memilih dan menggunakan media sosial instagram menjadimanusia.id untuk memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mentalnya. Model uses and gratification memiliki tahapan yang berawal dari antaseden (faktor psikologis dan sosial), motif, penggunaan/pemanfaatan media, dan juga efek.

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. Pemanfaatan Akun Instagram

Pemanfaatan media sosial telah menjadi saluran utama bagi banyak orang untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi, berbagi pengalaman, dan terhubung dengan orang lain di platform digital. Menurut Chris Heuer dalam Helen dan Rusdi (2018, p. 357) penggunaan media sosial memiliki empat pendekatan atau biasa disebut dengan 4C yakni *context* (cara membentuk atau mengemas isi pesan), *communication* (kegiatan membagikan suatu informasi dengan cara mendengarkan dan merespon informasi), *collaboration* (kerjasama yang dilakukan antara sebuah akun dengan pengguna media sosial agar pesan dapat tersampaikan secara efektif dan efisien), serta *connection* (pemeliharaan hubungan dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan).

### 2. Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan salah satu kebutuhan mendasar dalam kehidupan masyarakat. Keberadaan informasi saat ini menjadi sangat penting karena memungkinkan individu dan masyarakat untuk memperoleh pengetahuan, memahami lingkungan sekitar, serta membuat keputusan yang lebih baik. Tanpa akses yang cukup terhadap informasi, masyarakat bisa mengalami ketidaktahuan, miskomunikasi, dan kesulitan dalam mengambil keputusan.

Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas dalam Setyanto dan Afnetta (2021, p. 244) kebutuhan informasi seseorang dipicu oleh 5 jenis kebutuhan yakni kebutuhan Kognitif (bertujuan untuk mendapatkan atau memperkuat pemahaman dan pengetahuan tentang lingkungan sekitar), kebutuhan afektif (bertujuan untuk memberikan kepuasan emosional saat mengonsumsi informasi), kebutuhan integrasi personal (bertujuan pada penguatan nilai-nilai individu seperti rasa percaya diri dan kredibilitas individu setelah mengonsumsi informasi dari media), kebutuhan integrasi sosial (bertujuan untuk membagikan informasi dan membina hubungan sosial melalui suatu topik yang sedang dibahas), serta kebutuhan akan pelepasan (bertujuan mendapatkan informasi untuk melepaskan tekanan atau mencari hiburan sebagai bentuk pelarian dari rutinitas sehari-hari)

## **METODE PENELITIAN**

Objek pada penelitian ini adalah followers akun Instagram menjadimania.id. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Penelitian eksplanatif adalah penelitian yang menghubungkan variabel satu dengan variabel lainnya untuk melihat hubungan sebab akibat antara kedua variabel atau membandingkan variabel untuk melihat perbedaan antar variabel yang ada (Siregar, 2014).

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan observasi. Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan menggunakan *google form* melalui fitur *direct message* Instagram dan dengan mengamati konten kesehatan mental pada bulan April – Juni 2023 yang diberikan melalui unggahan feeds dan reels akun menjadimania.id tanpa berpartisipasi langsung dalam program maupun komunitas yang diberikan.

Pengambilan data pada Bulan April – Juni 2023 karena dalam rentang waktu 3 bulan tersebut akun menjadimania.id sedang rutin memberikan informasi kesehatan mental sebanyak 130 postingan kepada followersnya untuk memperingati bulan kesadaran mental yang diperingati pada bulan Mei dan membuat misi untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan mental kepada masyarakat.

Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu followers Instagram akun menjadimania.id yang memiliki jumlah pengikut hingga 13 November 2023 sebanyak 1.158.360. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling yaitu metode sampling yang setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Siregar, 2014). Jenis pengumpulan data menggunakan jenis *purposive sampling*, yakni sampel memiliki kriteria tertentu. Total pengambilan sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 150 sampel. Adapun kriteria sampel yang ditetapkan pada penelitian ini yakni followers aktif akun menjadimania.id yang memiliki tolak ukur sebagai berikut:

- a) Mengikuti akun menjadimania.id minimal selama 6 bulan sejak bulan Juni 2023.
- b) Memberi komentar dan like pada postingan kesehatan mental khususnya pada bulan April sampai Juni 2023.
- c) Mengecek postingan akun menjadimania.id minimal seminggu 1 kali

## PEMBAHASAN

Kuesioner yang telah berhasil disebar kepada 150 responden penelitian menghasilkan data mengenai karakteristik responden yang digunakan sebagai informasi tambahan untuk mengetahui latar belakang responden. Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan profesi. Jenis kelamin responden dalam penelitian ini di dominasi oleh jenis kelamin perempuan yakni sebanyak 112 responden (74,7%). Hal ini berbanding cukup jauh dengan responden laki-laki yang berjumlah 38 responden (25,3%). Oleh karena itu, berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna akun menjadimania.id dalam memperoleh informasi kesehatan mental di dominasi oleh perempuan.

Perempuan cenderung mengatasi permasalahan dengan cara mencari dukungan sosial seperti membaca konten-konten yang memotivasi dan menginspirasi mengenai kesehatan mentalnya untuk mendapatkan dukungan dan perasaan tenang, sedangkan laki-laki cenderung lebih mandiri untuk menyelesaikan masalahnya sehingga mereka lebih sulit untuk mengekspresikan perasaannya.

Dilansir dari situs Universitas Airlangga, berdasarkan penelitian dari Homewood Health United Kingdom menyatakan bahwa sebesar 47 persen perempuan memiliki resiko yang tinggi terkena gangguan kesehatan mental dibandingkan laki-laki yang memiliki resiko sebesar 36 persen, sehingga perempuan cenderung lebih membutuhkan informasi kesehatan mental untuk menunjang kesehatan mentalnya.

Rentang usia yang paling dominan pada penelitian ini merupakan responden yang berusia 21-25 tahun yaitu sebanyak 90 responden (60%). Followers yang tergolong usia 21-25 tahun cenderung membutuhkan informasi kesehatan mental karena sedang memasuki masa transisi dari remaja menuju dewasa awal. Pada periode ini mereka sering mengalami perasaan cemas akan masa depan, quarter life crisis, pembentukan identitas diri, dan overthinking. Menurut riset yang dilakukan oleh tim Divisi Psikiatri Anak dan Remaja menunjukkan bahwa 95,4 persen menyatakan bahwa rentang usia 21-25 tahun banyak mengalami anxiety atau kecemasan, dan 88 persen pernah mengalami gejala depresi dalam menghadapi permasalahan.

Karakteristik responden yang paling dominan dalam penelitian ini adalah kelompok mahasiswa/i sebanyak 69 responden (46%). Kemudian, di ikuti oleh kelompok pekerja sebanyak 65 responden (43,3%). Berdasarkan data tersebut, Responden dari kedua profesi tersebut hampir seimbang, dengan selisih 2,7% atau setara dengan 4 responden. Menurut Ketua Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia ITERA, mahasiswa cenderung membutuhkan informasi kesehatan mental saat mengalami beberapa faktor diantaranya saat mengalami tantangan dalam beradaptasi pada kehidupan yang mulai berubah, ketidakseimbangan dalam berpikir, pola komunikasi, dan pergaulan. Adapun bagi pekerja, mereka membutuhkan informasi kesehatan mental saat mereka mengalami tekanan pekerjaan, tuntutan pekerjaan yang terus menerus, dan adanya konflik interpersonal.

**Uji Normalitas**

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.37950101
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.064
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olah SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Data pada uji normalitas dapat dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi > 0,05, namun apabila nilai signifikansi < 0,05 maka data dinyatakan tidak terdistribusi secara normal. Pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,060. Hal ini dapat diartikan  $0,060 > 0,05$  yang berarti nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga data pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi secara normal.

**Uji Korelasi**

**Tabel 2. Hasil Uji Korelasi**  
**Correlations**

		Pemanfaatan Akun Media	Kebutuhan Informasi
Pemanfaatan Akun Media	Pearson Correlation	1	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	150	150
Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	150	150

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

Sumber: Data Olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil perhitungan uji korelasi menunjukkan bahwa nilai korelasi (r) yaitu 0,849 dengan signifikansi 0,000. Hal ini dapat diartikan bahwa antara pemanfaatan akun Instagram (variabel X) terhadap kebutuhan informasi (variabel Y) memiliki hubungan yang kuat dan signifikan. Nilai uji korelasi tersebut dapat diinterpretasikan lebih lanjut sebagai berikut:

- a) Variabel X dan variabel Y memiliki hubungan yang signifikan, karena nilai sig. 0,000 < nilai r table 0,05.
- b) Nilai korelasi 0,849 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel berada pada tingkat yang tinggi atau kuat, karena berada diantara rentang 0,71-0,90. Selain itu, hubungan yang dihasilkan adalah positif karena nilai korelasi pada tabel di atas bernilai positif.

**Uji Regresi Linear Sederhana**

**Table 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.608	2.731		1.687	.094
	Pemanfaatan Akun Media	.695	.036	.849	19.509	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: Data Olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji regresi linear sederhana memiliki nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 4,608 kemudian nilai penggunaan media (b) sebesar 0,695. Berdasarkan nilai yang telah didapat, maka dapat dimasukkan kedalam rumus persamaan regresi yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 4,608 + 0,695x$$

Dapat diketahui, dari persamaan rumus diatas, nilai constant ( $\alpha$ ) sebesar 4,608 merupakan nilai konsisten variabel kebutuhan informasi, sedangkan nilai koefisien regresi variabel pemanfaatan akun Instagram memperoleh hasil 0,695. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% nilai pemanfaatan akun Instagram, maka nilai variabel kebutuhan informasi akan bertambah sebanyak 0,695. Maka dari itu, persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat pemanfaatan akun Instagram menjadimanusia.id maka kebutuhan informasi semakin terpenuhi. Selanjutnya, hasil nilai regresi berdasarkan tabel diatas bernilai positif dan di peroleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dari itu, dapat simpulkan bahwa variabel pemanfaatan akun Instagram menjadimanusia.id berpengaruh positif terhadap variabel kebutuhan informasi.

### Uji Koefisien Determinasi

**Table 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 <sup>a</sup>	.720	.718	3.391

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Akun Media

Sumber: Data Olah SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0,720. Maka dari itu, berdasarkan nilai R Square variabel pemanfaatan akun Instagram (X) memiliki pengaruh sebesar 72% terhadap variabel kebutuhan informasi (Y), sedangkan sisanya sebanyak 28% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan akun Instagram menjadimanusia.id sangat berpengaruh terhadap kebutuhan informasi kesehatan mental pengikutnya.

### Uji Hipotesis

**Table 5. Hasil Uji Hipotesis**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.608	2.731		1.687	.094
	Pemanfaatan Akun Media	.695	.036	.849	19.509	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: Data Olah SPSS 25

Pada penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan rumus Uji T. Uji T atau biasa disebut uji parsial digunakan untuk menguji tingkat signifikansi korelasi antara variabel X dengan variabel Y. Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji hipotesis dengan nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 19,505. Kemudian, nilai t<sub>tabel</sub> ditetapkan melalui taraf ketidaktelitian dan total responden. Pada penelitian ini taraf ketidaktelitian 0,1 atau 10% dan total responden sebanyak 150, maka nilai t<sub>tabel</sub> pada penelitian ini di tetapkan sebesar 1,655 melalui tabel distribusi t. Oleh karena itu, perbandingan uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t<sub>hitung</sub> 19,505 > t<sub>tabel</sub> 1,655 yang artinya H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima yakni terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X pemanfaatan akun Instagram

menjadimania.id terhadap variabel Y kebutuhan informasi.

### **Pemanfaatan Akun Instagram (X)**

Variabel X pemanfaatan akun Instagram terdiri dari 4 dimensi yakni Context, Communication, Collaboration, dan Connection. Dimensi context memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 88,83% yang menunjukkan bahwa hampir seluruh responden menjawab sangat setuju pada setiap item pernyataan dimensi context. Dimensi context berkaitan dengan isi pesan dan penggunaan bahasa yang disajikan melalui akun menjadimania.id. Pada dimensi ini akun menjadimania.id mampu menyajikan isi pesan dengan desain visual yang menarik. Berdasarkan pengamatan dari postingan akun menjadimania.id, desain visual yang disajikan akun menjadimania.id dikemas dengan memberikan warna yang senada, layout yang teratur, dan menggunakan bahasa sehari-hari agar lebih mudah dipahami oleh pembaca.

Selain itu, akun Instagram menjadimania.id mampu membuat judul di setiap awalan konten yang menarik perhatian. Judul yang menarik pada awalan konten mampu menarik pengikutnya untuk terlibat lebih lanjut dalam membaca konten kesehatan mental yang diberikan akun menjadimania.id. Adanya konten yang menarik dapat meningkatkan daya tarik followers saat membaca informasi kesehatan mental. Hal ini sejalan dengan penelitian Negara & Riauan (2022) yang menyatakan bahwa isi konten yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan bagi pembacanya dari suatu informasi.

Dimensi communication berkaitan dengan membagikan informasi, menanggapi informasi, dan menerima informasi yang memiliki nilai rata-rata sebesar 86,22%. Melalui hasil observasi pada pernyataan kuesioner dan postingan akun menjadimania.id, informasi kesehatan mental yang diberikan melalui unggahan feeds dan reels dibuat dengan menggunakan struktur kalimat yang jelas, bahasa informal, dan pengambilan gambar maupun video dalam bentuk kegiatan sehari-hari, sehingga hal ini dapat mendukung pesan-pesan mengenai kesehatan mental sesuai dengan realitas sebenarnya.

Kemudian sebagian besar responden setuju bahwa followers memiliki kebebasan dalam memberikan tanggapan terhadap konten yang diberikan akun menjadimania.id, baik melalui kolom komentar maupun dengan memberikan tanda like. Adanya fitur like dapat digunakan untuk mengekspresikan dukungan dan ketertarikan terhadap konten maupun caption kesehatan mental yang telah dibuat. Hal ini selaras dengan penelitian Suwono (2021) yang menunjukkan bahwa pengguna memiliki kebebasan untuk memberikan like dan komentar pada unggahan konten sebagai bentuk apresiasi.

Pada penerimaan informasi dilihat dari frekuensi dan durasi dalam menerima informasi. Berdasarkan hasil survey, Followers menerima informasi secara rutin 2 kali sehari melalui akun menjadimania.id. Penerimaan informasi kesehatan mental pada periode April-Juni 2023 diberikan secara rutin untuk mengkampanyekan misi mengenai kesadaran akan pentingnya kesehatan mental masyarakat Indonesia yang bertepatan dengan bulan kesadaran mental. Menurut Sutrisno dan Mayangsari (2021) intensitas postingan yang diberikan secara teratur dan rutin memberikan dampak terhadap pengguna media untuk mengakui dan memercayai informasi yang diberikan dari sebuah akun yang diikutinya. Adapun durasi atau lamanya waktu yang dialokasikan followers untuk fokus menerima dan memahami informasi kesehatan mental

membutuhkan waktu selama dua menit.

Dimensi collaboration berkaitan dengan kerjasama yang dilakukan akun menjadimanusia.id dengan pengikutnya agar informasi dapat tersampaikan secara efektif dan efisien memiliki nilai rata-rata sebesar 87,17%. Kerja sama yang dilakukan akun menjadimanusia.id kepada pengikutnya yaitu dengan menyediakan akses yang mudah untuk mendapatkan informasi kesehatan mental melalui akun menjadimanusia.id seperti mudah diakses dengan cara mengunjungi profil dan beranda Instagram menjadimanusia.id. Selaras dengan penelitian Nia dan Loisa (2019) media sosial perlu memberikan kemudahan dalam mengakses informasi kepada pengguna media seperti mudah dicari, memiliki kelengkapan informasi, dan mudah untuk disebar.

Akun menjadimanusia.id juga menciptakan ruang bagi pengikutnya untuk saling berkomunikasi, bertukar informasi, dan berinteraksi satu sama lain melalui sebuah komunitas yaitu Komunitas Teman Manusia. Selain itu, akun menjadimanusia.id juga memberikan berbagai program kepada pengikutnya seperti, program Hari Menjadi Manusia yaitu program yang diadakan setahun sekali dalam bentuk talkshow. Melalui acara ini peserta mampu memperoleh informasi kesehatan mental secara langsung dan terlibat dalam pengalaman yang lebih aktif dan berkesan.

Kemudian program Ruang Cerita merupakan layanan konsultasi online non klinis yang dapat di manfaatkan untuk mengungkapkan perasaan atau masalah yang sedang dihadapi, melalui interaksi dengan seorang konselor sebaya (peer counselor) untuk mendapatkan solusi dari masalah yang terjadi. Selaras dengan penelitian Suwono (2021) Followers yang menggunakan program atau layanan kesehatan mental didasari pada keinginan mereka dalam menyelesaikan masalah maupun keluhan yang sedang dihadapi, terutama pada permasalahan yang mencakup perasaan, emosi, dan perilaku. Hal tersebut dilakukan karena tidak semua followers mampu menghadapi masalahnya sendiri, sehingga membutuhkan bantuan dan arahan dari orang lain untuk meringankan beban pikiran, serta mencari solusi atas masalah yang sedang dihadapinya.

Dimensi connection berkaitan dengan pemeliharaan hubungan yang berkelanjutan dimana pengguna akan merasa lebih dekat dengan akun menjadimanusia.id memiliki nilai rata-rata 84,87%. Hampir seluruh responden setuju terhadap informasi kesehatan mental yang diberikan akun menjadimanusia.id sesuai dengan info dan data terkini kepada pengikutnya. Konten kesehatan mental yang sesuai dengan info dan data terkini dapat membuat informasi menjadi lebih relevan dengan situasi yang sedang berlangsung, serta membuat informasi menjadi lebih akurat dan dapat dipercaya oleh pembacanya.

### **Kebutuhan Informasi (Y)**

Variabel Y Kebutuhan Informasi memiliki 5 dimensi, yaitu dimensi Kognitif, Afektif, Integrasi Personal, Integrasi Sosial, dan Kebutuhan Akan Pelepasan. Dimensi Kebutuhan Kognitif memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 88% yang menunjukkan bahwa hampir seluruh responden menjawab sangat setuju pada setiap item pernyataan dimensi kebutuhan kognitif. Dimensi Kebutuhan Kognitif bertujuan untuk mendapatkan dan meningkatkan pengetahuan

individu. Pada dimensi ini, followers menggunakan akun menjadimanusia.id untuk memperoleh informasi kesehatan mental, dan juga menambah pemahaman baru mengenai aspek-aspek kesehatan mental.

Selain itu, hampir seluruh responden sangat setuju bahwa konten yang dibagikan akun menjadimanusia.id mampu meningkatkan pemahaman baru mengenai kesehatan mental followers. Melalui hasil observasi pada postingan akun menjadimanusia.id, informasi yang diberikan akun menjadimanusia.id mengenai kesehatan mental terdiri dari berbagai aspek, seperti tips menjaga kesehatan mental, cara mengelola stres berlebihan, jenis-jenis gangguan mental (bipolar, depresi, kecemasan, skizofrenia), dan cara mengatasi overthinking. Hal ini menjadikan informasi kesehatan mental yang diberikan akun menjadimanusia.id kepada followersnya mampu memperluas pengetahuan dan pemahaman terkait kesehatan mental.

Menurut Krech, et al dalam Riani (2017) Kebutuhan individu untuk mendapatkan informasi, menimbulkan permintaan informasi. Permintaan akan informasi menciptakan pola perilaku seseorang saat mencari sebuah informasi yang dibutuhkan. Seseorang yang telah memiliki banyak informasi, akan memiliki banyak pengetahuan. Pengetahuan tersebut akan meningkatkan pemahaman baru dan memengaruhi tingkat kesadaran individu, yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilakunya.

Dimensi Kebutuhan Afektif berkaitan dengan emosional maupun perasaan seseorang memiliki nilai rata-rata sebesar 85,11%. Pada dimensi ini hampir seluruh responden merasa puas dan senang setelah mendapatkan informasi kesehatan mental melalui akun menjadimanusia.id. Hal ini karena informasi kesehatan mental yang dibagikan akun menjadimanusia.id memberikan informasi yang bermanfaat kepada pengikutnya, seperti memberi dorongan positif mengenai kesadaran diri akan pentingnya kesehatan mental, dan cara memberikan empati atau dukungan emosional kepada orang yang mengalami gangguan mental.

Akun menjadimanusia.id juga memberikan kata-kata motivasi yang mampu menginspirasi pengikutnya. Berdasarkan hasil pengamatan pada postingan kesehatan mental akun menjadimanusia.id, kata-kata motivasi yang diberikan merupakan ungkapan atau kutipan yang mendorong seseorang untuk menjaga keseimbangan emosionalnya, meningkatkan kepercayaan diri, dan menciptakan pola pikir yang sehat dan positif.

Pada dasarnya kata-kata motivasi di sampaikan kepada followers akun menjadimanusia.id bertujuan untuk memberikan dorongan dan semangat kepada individu yang sedang menghadapi tantangan atau kesulitan dalam menjaga kesehatan mental mereka. Menurut Handayani (2022, p. 437) individu-individu yang mengalami depresi, cenderung tidak memiliki motivasi atau energi mental untuk berpikir dengan cepat dan tidak mampu mengatasi masalah secara aktif. Oleh karena itu, kata-kata motivasi sangat penting dalam kehidupan seseorang, karena jika seseorang kehilangan motivasi maka akan menghambat kemampuan seseorang untuk bekerja secara efektif.

Dimensi Kebutuhan Integrasi Personal bertujuan pada penguatan nilai-nilai individu seperti rasa percaya diri dan kredibilitas setelah mengonsumsi informasi kesehatan mental. Dimensi kebutuhan integrasi personal memiliki nilai rata-rata sebesar 83,54%. Pada dimensi ini hampir seluruh responden sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan melalui akun

menjadimanusia.id menjadikan individu lebih percaya diri dalam menghadapi situasi maupun tantangan yang berkaitan dengan kesehatan mental mereka. Rasa percaya diri individu timbul lantaran terdapat konten inspirasi yang diposting akun menjadimanusia.id yang memberikan pengaruh positif terhadap keadaan emosional individu.

Berdasarkan hasil pengamatan pada kolom komentar postingan akun menjadimanusia.id, adanya konten yang menginspirasi dapat memberikan dukungan, dan perasaan tenang kepada followers saat membaca kalimat inspirasi tersebut. followers juga menjadikan informasi kesehatan mental melalui akun menjadimanusia.id sebagai informasi rutin yang dikonsumsi sebagai acuan untuk memelihara kesehatan mentalnya. Menurut Fakhriyani (2019, p. 10) kesehatan mental seseorang mencakup aspek perkembangan diri seseorang, termasuk rasa percaya diri dan kemampuan untuk mengatasi tekanan stres. Maka dari itu, kebutuhan informasi akan kesehatan mental yang didapatkan secara rutin dapat meningkatkan rasa percaya diri, meningkatkan pengetahuan, dan mendukung kesejahteraan psikologis secara berkala.

Dimensi Kebutuhan Integrasi Sosial bertujuan untuk menyebarkan informasi dan memperkuat hubungan sosial melalui suatu topik tertentu yang sedang dibahas. Dimensi kebutuhan integrasi sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 85,61%. Pada dimensi ini, followers mampu membagikan dan merekomendasikan informasi kesehatan mental yang diperoleh melalui akun menjadimanusia.id kepada orang lain. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan, Ramdhani, dan Utamidewi (2022) sebagian besar orang mengakses media sosial untuk mencari informasi, berbagi informasi, dan mencari hiburan.

Dimensi Kebutuhan Akan Pelepasan bertujuan bertujuan untuk mencari informasi yang dapat mengurangi stres atau memberikan hiburan sebagai pelarian dari rutinitas sehari-hari. Dimensi ini memiliki nilai rata-rata sebesar 82,46%. Pada dimensi ini, hampir seluruh responden menggunakan akun menjadimanusia.id untuk membangkitkan kesadaran diri akan pentingnya kesehatan mental dan melepaskan diri dari masalah atau stres yang dialami. Followers menggunakan akun menjadimanusia.id sebagai hiburan atau distraksi dari situasi sulit yang mereka alami. Adanya konten kesehatan mental melalui akun menjadimanusia.id dapat dijadikan sebagai sumber motivasi dan inspirasi bagi followers dalam mengatasi masalah dan menjaga kesejahteraan mentalnya.

Selaras dengan penelitian Suwono (2021) followers ingin mencari hiburan dan kesenangan sebagai upaya untuk memperbaiki suasana hati dan perasaan mereka yang sedang tertekan dengan cara membaca informasi untuk meredakan stress, menyalurkan emosi, dan melepaskan dirinya dari seluruh masalah yang sedang dihadapi untuk meringankan beban pikiran mereka.

Landasan pada penelitian ini menggunakan model uses and gratification yang dikemukakan oleh Herbert Blumler, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch. Asumsi dari model uses and gratification yakni khalayak bersifat aktif dan selektif dalam menggunakan dan memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Pada model uses and gratification, pengguna media (khalayak) merupakan pihak yang aktif dalam menyeleksi informasi yang disebarkan oleh media. Pengguna media berusaha mencari sumber media terbaik untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memiliki kebebasan untuk memilih media mana yang akan mereka gunakan (melalui media massa) serta bagaimana pengaruhnya terhadap mereka (Setyanto & Afnet,

2021).

Jika dikaitkan dengan model uses and gratification, penelitian ini berawal dari faktor psikologis dan sosial individu (antesenden) yang menimbulkan motif mengenai kebutuhan informasi kesehatan mental. Motif ini mencakup berbagai aspek kebutuhan, termasuk kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan kebutuhan akan pelepasan. Kebutuhan akan informasi ini mendorong followers secara aktif dan selektif mencari media yang sesuai dengan kebutuhan informasinya, khususnya media yang menyediakan informasi bermanfaat seputar kesehatan mental. Melalui proses pencarian informasi, followers pada akhirnya menemukan sumber alternatif yang memberikan informasi seputar kesehatan mental melalui media sosial instagram menjadimania.id.

Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang timbul dalam diri khalayak untuk menggunakan akun menjadimania.id, membuat mereka secara sadar memanfaatkan dan mempercayai akun menjadimania.id sebagai media yang dapat memenuhi kebutuhan informasinya serta memberikan dampak positif terhadap pemahaman mengenai kesehatan mentalnya. Hal ini membuat Followers memilih dan menggunakan media sosial Instagram menjadimania.id sebagai sumber informasi kesehatan mental yang dilihat melalui aspek communication, context, connection, dan collaboration.

Selanjutnya, pada tahap efek, followers mendapatkan kepuasan dan wawasan baru setelah menggunakan akun menjadimania.id, sehingga kebutuhan informasi kesehatan mental followers terpenuhi setelah mengonsumsi media sosial Instagram menjadimania.id. Maka dari itu, penelitian ini sejalan dengan model uses and gratification dimana pengguna (uses) mempunyai kebebasan secara aktif dan selektif untuk memilih media sesuai dengan kebutuhan informasinya dan mendapatkan pemenuhan (gratification) atas kebutuhan informasinya.

## REFERENSI

- Agustin, M. R., Rahimia, N., Hasyim, M. M., Rosetia, J. R., & Kurniawati, M. F. (2023). Pola Komunikasi Interpersonal Keluarga dalam Pemulihan Kesehatan Mental Penyintas Covid-19. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 32-40. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4498>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Fakhriyani, D. V. (2019). *Kesehatan Mental*. Jawa Timur: Duta Media Publishing.
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan media sosial (instagram) sebagai media penyajian kreasi seni dalam pembelajaran. *JPKS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni)*, 6(1), 32-44. <http://dx.doi.org/10.30870/jpks.v6i1.11602>
- Handayani, E. S. (2022). *Kesehatan Mental (Mental Hygiene)*. Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari.
- Helen, & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram@ Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355-362.

- Holmes, J. (2015). *Instagram: Instagram Blackbook: Everything You Need To Know About Instagram For Business and Personal - Ultimate Instagram Marketing Book*. Columbia: CreateSpace Independent .
- Kartika, K., Unde, A. A., & Mau, M (2021). *Pengaruh Terpaan Informasi Mengenai Covid-19 di Media Sosial terhadap Tingkat Perilaku Masyarakat di Era New Normal*. Makassar: Universitas Hasanuddin. <https://doi.org/10.32816/dialektika.v8i1.1953>
- Kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Mutia, A. (2021, Juni 17). *databoks*. Retrieved from Survei: 68% Orang Depresi Akibat Covid-19: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/17/survei-covid-19-menggangu-kesehatan-jiwa-68-orang-depresi>
- Nathanael, G. K. (2022). Pandangan Media Tiongkok Terhadap Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Studi Kasus SCMP dan XINHUA. *Eksresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 28-38. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3361>
- Negara, S. M., & Riauan, M. I. (2022). Pengaruh Terpaan Informasi Line Today Terhadap Kepuasan Informasi pada Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 36-46. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/50>
- Nia, L., & Loisa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489-497. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6393>
- Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 2382-2395. <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2849>
- Riani, N. (2017). Model perilaku pencarian informasi guna memenuhi kebutuhan informasi (studi literatur). *Publication Library and Information Science*, 1(2), 14-20. DOI: [10.24269/pls.v1i2.693](https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.693)
- Rizaty, A. M. (2023, Juli 20). *Kasus Bunuh Diri di Indonesia Alami Tren Meningkat*. Retrieved from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/varia/detail/kasus-bunuh-diri-di-indonesia-alami-tren-meningkat>
- Rokom. (2021, Oktober 7). *Kemenkes Beberkan Masalah Permasalahan Kesehatan Jiwa di Indonesia*. Retrieved from Sehat Negeriku: <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20211007/1338675/kemenkes-beberkan-masalah-permasalahan-kesehatan-jiwa-di-indonesia/>
- Setyanto, A. E., & Afnetta, A. P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Suwono, R. D. (2021). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Behome.id terhadap Kepuasan Followers dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental. *Commercium.*, 4(1), 143 - 154. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/40613>
- Triastuti , E., Adrianto , D., & Nurul, A. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Depok: PUSKAKOM.