

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena terkait kesehatan mental dan pengembangan diri bukanlah hal yang baru di Indonesia. Hal ini dikarenakan isu maupun informasi mengenai kesehatan mental selalu menjadi topik pembicaraan yang hangat diperbincangkan di tengah-tengah masyarakat dan harus mendapatkan perhatian. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riset Kesehatan Dasar pada tahun 2018, dimana jumlah penderita gangguan jiwa berat di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan yaitu 7 per mil. Dengan kata lain, 7 dari 1000 penduduk Indonesia menderita gangguan jiwa berat. Hal ini memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan sebesar 312% dari tahun 2013 yang hanya mencapai 1,7 per mil.

Melihat hal tersebut, peningkatan yang terjadi tentu menunjukkan adanya kenaikan terkait permasalahan kesehatan jiwa di Indonesia dan perlunya peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan mental. Hal inilah yang menjadikan isu mengenai kesehatan mental menjadi topik yang menarik untuk dibahas dan dapat memberikan dampak yang positif bagi pelayanan terhadap kesehatan mental di Indonesia (Wijaya, 2019, h. 1-4). Sebagai negara yang semakin berkembang, masyarakat di Indonesia tidak hanya mengikuti *trend* yang bersifat positif, namun juga membawa perkembangan *trend* yang bersifat negatif sehingga

dapat merugikan individu itu sendiri seperti gangguan kesehatan mental. Kondisi kesehatan mental yang dimiliki oleh setiap individu tentu berbeda-beda dan tidak dapat disamaratakan. Sebab, banyak faktor yang dapat menyebabkan seseorang pada akhirnya mengalami gangguan kesehatan mental (Humas.fku, 2023). Hal inilah yang pada akhirnya menyebabkan urgensi pembahasan terkait isu kesehatan mental mengarah pada bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memberdayakan maupun memberikan edukasi kepada individu untuk mampu mencegah, menjaga, hingga mengoptimalkan kondisi kesehatan mentalnya dalam menghadapi kehidupan sehari-hari.

Saat ini, sekitar 20% populasi di Indonesia memiliki potensi-potensi masalah kesehatan mental. Faktanya, pada tahun 2017 cukup banyak dari masyarakat di Indonesia yang mengalami permasalahan dengan kesehatan mentalnya seperti depresi, gangguan bipolar, kecemasan, gangguan perilaku, dan lain-lain. Berdasarkan survei dasar Kementerian Kesehatan tahun 2018, lebih dari 19 juta penduduk berusia di atas 15 tahun mengalami gangguan jiwa dan lebih dari 12 juta penduduk di atas 15 tahun mengalami depresi. Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dari data hasil Riset Kesehatan Dasar yang dilakukan pada tahun 2013 (Riskesdas, 2018). Melihat tingginya angka tersebut, maka upaya pencegahan terhadap kondisi gangguan kesehatan mental seharusnya dapat dioptimalkan. Namun, masih banyak masyarakat yang saat ini menganggap bahwa fenomena terkait kesehatan mental merupakan suatu hal yang tabu. Masyarakat juga kerap membentuk stigma dan menganggap bahwa seseorang yang

mengalami permasalahan kesehatan mental merupakan seseorang yang dalam tanda kutip mengalami “gangguan jiwa” atau bahkan “gila” (Pusdatin Kemkes, 2019).

Hal ini tentu terjadi pada sebagian masyarakat khususnya bagi anak muda usia 16-24 tahun yang mana menurut Riskesdas (2018) usia tersebut menjadi periode kritis untuk kesehatan mental remaja dan anak muda di Indonesia. Usia tersebut dinilai menjadi usia transisi dari remaja menuju dewasa yang mengharuskan seseorang mampu berhadapan dengan banyak tantangan dan pengalaman baru. Bahkan, selain mulai memiliki legalitas hukum dan tanggung jawab yang lebih terhadap kehidupan yang mereka miliki, usia tersebut juga merupakan periode seseorang yang masih mengalami perkembangan biologis, psikologis, dan emosional. Hal ini tentu dilatarbelakangi oleh berbagai macam faktor, seperti mulai aktifnya hormon reproduksi, perkembangan otak yang terus berlangsung, serta pembentukan identitas diri yang dimiliki. Selain itu, usia tersebut juga merupakan periode transisi dalam mengalami tantangan beradaptasi terhadap kehidupan pribadi yang mulai berubah, kesulitan mengatur waktu dan keuangan, serta mengalami peningkatan rasa kesepian saat diharuskan belajar dan merantau di lingkungan yang baru. Hal ini tentu dapat disertai dengan ketidakstabilan emosi atau pengambilan keputusan yang kerap kali impulsif.

Tingginya jumlah penderita gangguan kesehatan mental serta stigma buruk yang diciptakan tentu menjadi hal yang sangat disayangkan melihat saat ini masyarakat telah banyak diberikan berbagai opsi untuk mencegah terjadinya kondisi tersebut. Menurut Dra. Sepi Indriati, Psikolog, ketidakmampuan maupun kesulitan

individu dalam menghadapi serta memecahkan sebuah masalah yang dialaminya memang rentan memengaruhi kondisi kesehatan mental seseorang (Humas RSJD, 2020). Selain itu, kuatnya stigma negatif serta minimnya pengetahuan mereka terkait kesehatan maupun gangguan kesehatan mental menjadikan mereka pada akhirnya lebih memilih untuk diam. WHO mengatakan bahwa kesehatan mental merupakan kondisi dari kesejahteraan yang disadari oleh individu. Dengan kata lain, individu tersebut memiliki kemampuan untuk mengendalikan serta mengelola pikiran yang ditunjukkan melalui kehidupannya yang wajar, mampu bekerja secara produktif, dan dapat mengambil peran di dalam lingkungannya (Putri, dkk, 2015, h. 253). Maka dari itu, untuk mencapai jiwa yang sehat dan mengurangi stigma buruk yang tercipta di tengah-tengah masyarakat, diperlukan sebuah usaha untuk membina seorang individu agar mampu mengembangkan diri. Sudah seharusnya masyarakat diberikan edukasi tentang bagaimana cara meminimalisir kondisi mental yang buruk melalui berbagai macam bentuk pengetahuan serta informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri.

Berdasarkan hal di atas, perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi telah memberikan kemudahan bagi setiap penggunanya untuk mencari hingga memperoleh berbagai macam bentuk informasi melalui media sosial. Perkembangan pengguna media sosial menurut *We Are Social* telah mencapai 167 juta pengguna aktif dan telah mencapai 60,4% dari jumlah total penduduk di Indonesia (Widi, 2023). Hal tersebut memiliki arti bahwa mayoritas pengguna internet menggunakan media sosial untuk bersosialisasi dan mencari informasi.

Dalam hal ini, akun *Instagram* @menjadimanusia.id kerap melakukan kampanye maupun program untuk meningkatkan kesadaran tentang kesehatan mental kepada masyarakat seperti program “1000 Manusia Bercerita” yang turut melibatkan dan berkolaborasi dengan akun *Instagram* @bumnseratuspersen dan @kementerianbumn yang memiliki tujuan serta keinginan yang sama dalam rangka memperingati hari kesehatan mental sekaligus sebagai upaya dalam memberikan edukasi tentang kesehatan mental dan pengembangan diri. Program yang dilakukan tersebut merupakan aktivitas promosi atau pemasaran yang terarah dan tersusun agar memperoleh kekuatan informasi pada suatu hal melalui sosial media, khususnya *Instagram*. Program ini pada dasarnya sangat berpengaruh dalam membangun kesadaran pada khalayak tentang pesan apa yang ingin disampaikan. Dengan adanya aktivitas kolaborasi dan program yang disampaikan melalui *Instagram*, masyarakat akan banyak mengetahui akan pentingnya kesadaran tentang kesehatan mental dan pengembangan diri (Menjadi Manusia, n.d). Hal ini sesuai dengan komunikasi massa yang merupakan proses penyampaian pesan atau informasi yang menggunakan media massa, sehingga pesan yang diberikan akan bersifat lebih umum, setiap orang dapat menerima pesan tersebut, dan dapat memberikan timbal balik atas pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, komunikasi massa merujuk kepada khalayak, *audience*, pemirsa, maupun pembaca dalam menerima pesan yang berkaitan dengan media massa (Nurudin, 2007, h. 4).

Atas dasar hal tersebut, saat ini cukup banyak dari akun media sosial yang menyediakan layanan serta menyajikan informasi terkait psikologis atau kesehatan

mental. Adapun akun *Instagram* @menjadimanusia.id menjadi salah satu platform yang digunakan untuk menyebarkan isu mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri. Dilatarbelakangi dengan tingginya angka jumlah penduduk Indonesia yang mengalami gangguan kesehatan mental serta kecenderungan masyarakat yang sangat mudah terpengaruh terhadap informasi yang ada di media sosial, maka kesempatan mereka untuk memanfaatkan media sosial sebagai forum diskusi dan memperoleh informasi terkait kesehatan mental dan pengembangan diri pun akan semakin terbuka luas. Dalam hal ini, setiap individu juga berhak dalam melakukan upaya dan mencari berbagai macam solusi terkait permasalahan yang dihadapinya. Maka dari itu, pemanfaatan media sosial sebagai wadah pertukaran informasi tentu mempermudah individu dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan, khususnya informasi terkait kesehatan mental dan pengembangan diri.

Tabel 1.1
Tabel Perbandingan Akun Media Sosial yang Serupa

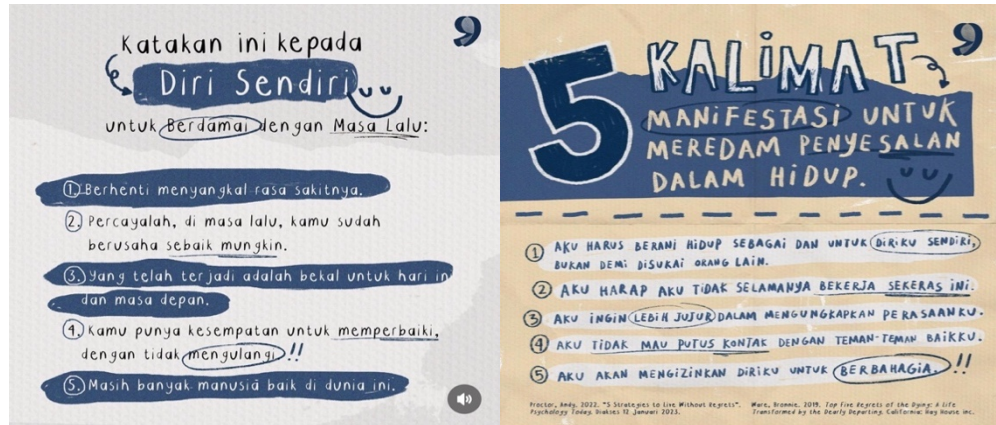
Nama Akun	Followers	Postingan	Informasi dalam Akun
Menjadimanusia.id	1,1jt	2.242	Berisi konten-konten berkualitas seputar problematika kehidupan dengan menggali sisi kemanusiaan seperti mengenai isu kesehatan mental dan pengembangan diri.
Satupersenofficial	623rb	5.723	Berisi konten-konten yang membahas mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dengan memiliki <i>identity problem</i> , <i>active problem</i> , dan <i>growth mindset</i> .
Insightme.id	89,6rb	1.345	Berisi konten-konten edukasi mengenai kesehatan mental dan mengatasi rasa kegalauan dalam

			pekerjaan, pernikahan, masalah diri, hingga pengembangan diri.
Pijarpsikologi	254rb	1.701	Berisikan konten-konten yang memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai kesehatan mental.
Riliv	399rb	3.549	Berisikan konten-konten mengenai kesehatan mental serta membuka layanan konseling <i>online</i> dan <i>self care</i> .

Sumber: Olahan Peneliti

Sebagai media layanan kesehatan mental, akun *Instagram* @menjadimanusia.id juga menyediakan layanan berupa ruang cerita atau layanan konsultasi *online* non-klinis. Dalam layanan ruang cerita ini, siapa saja dapat membagikan cerita hidup maupun masalah yang dihadapi dengan terbuka dan aman tanpa adanya penghakiman. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan *followers* yang ingin berdamai dengan perasaan yang dimiliki dan menyelesaikan masalahnya sehari-hari yang tidak mengancam nyawa atau berbahaya bagi diri sendiri dan orang lain. Unggahan postingan yang disajikan pun memuat banyak sekali informasi serta pesan-pesan yang bermanfaat tentang bagaimana mencegah, menjaga, hingga mengoptimalkan kondisi kesehatan mental melalui pesan terkait perkembangan diri. Akun *Instagram* @menjadimanusia.id sendiri telah memuat informasi yang lengkap dan beragam dibandingkan dengan media sosial lain yang dimiliki oleh Menjadi Manusia. Tidak hanya memberikan informasi lengkap dalam bentuk tulisan mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri, namun akun tersebut juga memberikan video singkat dalam bentuk *reels* oleh para KOL, *peer*

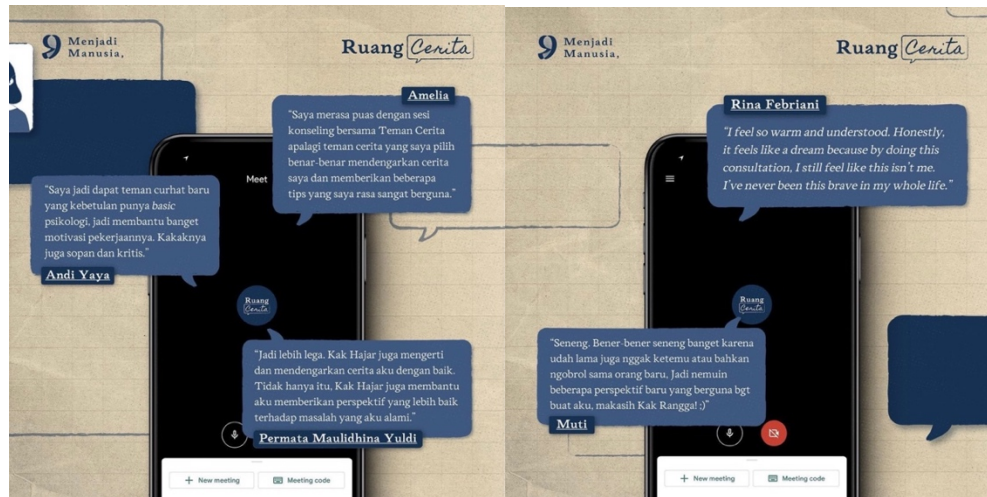
counselor, maupun *public figure*, hingga interaksi aktif bersama para *followers* melalui *Instagram story* dan kolom komentar (Menjadi Manusia, n.d).



Gambar 1.1

Konten Unggahan terkait Kesehatan Mental dan Pengembangan Diri
(Sumber: *Instagram.com/menjadimanusia.id*)

Setelah kurang lebih 6 bulan peneliti melakukan pengamatan terhadap akun *Instagram @menjadimanusia.id*, peneliti menemukan bahwa terdapat perilaku yang unik dari *followers* akun tersebut. Dapat dilihat bahwa terjadi interaksi yang cukup aktif, di mana *followers* saling memberikan komentar terkait dengan pesan serta informasi di beberapa unggahan postingan akun *Instagram @menjadimanusia.id*. Mayoritas komentar yang diberikan memuat pesan yang positif, melihat pesan maupun informasi yang disampaikan juga berisikan pesan yang bermanfaat. Melalui kolom komentar yang tersedia, *followers* pada akun *Instagram @menjadimanusia.id* dapat mengutarakan pendapat maupun opininya, seperti ungkapan rasa syukur hingga saling menyemangati dan memotivasi diri sendiri maupun orang lain.



Gambar 1.2
 Komentar *Followers* mengenai Ruang Cerita Menjadi Manusia
 (Sumber: *Instagram.com/menjadimanusia.id*)

Pendapat yang beragam mengenai unggahan postingan yang terdapat dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id tentu melahirkan bagaimana penilaian yang terbentuk oleh khalayak atau *followers*. Informasi maupun pesan yang diunggah dalam akun tersebut berfungsi sebagai teks media yang mempunyai makna dan menghasilkan persepsi tersendiri setelah diterima oleh khalayak sebagai penerima pesan. *Followers* yang melihat dan membaca unggahan postingan dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id melakukan serangkaian proses dalam memaknai sebuah pesan atau informasi yang dilihatnya atas pengaruh dari berbagai latar belakang yang mereka miliki. Adapun salah satu latar belakang yang berperan adalah kondisi kesehatan mental yang dialami oleh individu tersebut dalam menjalani kehidupan mereka sehari-hari. Perbedaan latar belakang tersebutlah yang akhirnya berpotensi menghasilkan penilaian, pandangan, serta penafsiran yang

berbeda-beda mengenai akun *Instagram* @menjadimanusia.id sebagai media informasi yang menyajikan isu terkait kesehatan mental dan pengembangan diri. Atas dasar hal tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih jauh mengenai bagaimana proses pembentukan persepsi *followers* tentang pesan maupun informasi yang terdapat dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id.

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat beberapa kajian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Reifita Devi Listya Suwono pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial *Instagram* Behome.id terhadap Kepuasan *Followers* dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental” yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara motif penggunaan media sosial *Instagram* Behome.id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental. Dari hasil penelitian tersebut, diketahui terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motif penggunaan media sosial *Instagram* Behome.id dengan kepuasan *followers* dalam penggunaan layanan kesehatan mental. Adapun motif *followers* yang paling tinggi adalah motif informasi yang menyediakan layanan curhat tanpa merasa dihakimi, sedangkan kepuasan *followers* yang paling tinggi adalah tersedianya rekomendasi bagi *followers*, sehingga mereka merasa puas setelah menggunakan layanan curhat melalui Be Home karena telah mendapatkan pelayanan yang baik dan tidak merasa dihakimi (Suwono, 2021, h. 143-152).

Selain itu, penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Said Ahmad, Finnah Fourqoniah, dan Kadek Dristiana Dwivayani pada tahun 2020 dengan judul “Persepsi *Followers* terhadap *Relationship Goals* dalam Video *Selebgram* Alfy Saga” dan bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, serta menganalisis persepsi *followers* terhadap *relationship goals* dalam video *selebgram* Alfy Saga. Adapun hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa persepsi *followers* terhadap tujuan hubungan dalam video selebriti Alfy Saga adalah hubungan yang romantis, saling pengertian, kesetiaan, kejujuran, bertanggung jawab, serta telah sesuai dengan persepsi *followers* terhadap tujuan suatu hubungan. Dalam hal ini, persepsi atas latar belakang cerita juga sangat penting dan berkaitan erat dengan apa yang dialami para pengikutnya di kehidupan nyata, meskipun melihat pada tindakan yang dilakukan, tidak semua orang memiliki persepsi yang sama tentang terwujudnya *relationship goals* Alfy dan Fatma di kehidupan nyata (Ahmad, dkk, 2020, h. 28-41).

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian tersebut yang terlihat dari media informasi yang membahas mengenai isu terkait kesehatan mental dan pengembangan diri. Berbagai macam bentuk pesan maupun informasi terkait kesehatan mental dan pengembangan diri yang ditampilkan melalui akun *Instagram* @menjadimanusia.id adalah fenomena unik yang sedang hangat diperbincangkan dan perlu mendapatkan perhatian, sehingga menjadi hal yang baru dan menarik untuk diteliti. Maka dari itu, peneliti ingin melihat lebih jauh dan menghubungkan fenomena tersebut dengan proses pembentukan persepsi *followers*

tentang pesan maupun informasi yang disajikan oleh akun *Instagram* @menjadimanusia.id.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana proses pembentukan persepsi *followers* tentang informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id?”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pembentukan persepsi *followers* tentang informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi beberapa konsep dan teori yang diperoleh peneliti, yang kemudian dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam bidang komunikasi. Selain itu, penulis juga berharap agar penelitian ini dapat memberikan gambaran serta sumbangsih pemikiran kepada pembaca tentang ilmu komunikasi, khususnya persepsi terhadap suatu informasi dari sebuah media.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca dalam melihat serta menemukan nilai-nilai dari sebuah konten untuk kepentingan pribadi maupun kelompok. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pengguna media sosial, khususnya *Instagram* dalam memanfaatkan tayangan atau konten yang bermakna dan dapat memberikan dampak yang positif dalam kehidupan terkait isu mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri.

E. Kerangka Teori

Dalam suatu penelitian terdapat kerangka teori yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mendukung permasalahan dalam penelitian. Lebih lanjut, teori-teori tersebut nantinya akan digunakan sebagai landasan berpikir untuk menemukan keterkaitan fakta yang ada secara sistematis dalam sebuah pemecahan masalah penelitian. Pada penelitian ini, teori yang digunakan yaitu teori persepsi, sebab persepsi menjadi sebuah unsur dan komponen penting yang terdapat pada penelitian ini. Menurut Murti (2015, h. 33), kerangka teori disusun dengan membuat sebuah sub judul berdasarkan proses pemecahan istilah-istilah yang ditarik dari judul penelitian dan penting untuk dijelaskan. Judul dalam penelitian ini adalah “Proses Pembentukan Persepsi *Followers* tentang Informasi mengenai Kesehatan Mental dan Pengembangan Diri dalam Akun *Instagram* @menjadimanusia.id”. Adapun pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori maupun konsep yang relevan dengan penelitian, sebagai berikut:

1. **Khalayak (*Followers*)**

Cangara (2008, h. 26), menjelaskan bahwa khalayak dapat diartikan sebagai penerima, komunikan, *audience*, yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator. Khalayak terdiri dari kelompok tertentu dalam masyarakat, baik satu orang, kelompok, maupun massa. Dalam hal ini, khalayak memiliki karakteristik dan latar belakang yang berbeda-beda. Dengan demikian, diperlukan sebuah strategi khusus dalam menyampaikan pesan kepada komunikan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan efektif. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut McQuail (2011, h. 333), terdapat beberapa konsep alternatif dalam mengelompokkan maupun menafsirkan bagaimana khalayak dapat bertindak sebagai massa, pasar dari sebuah media, sebuah kelompok sosial, hingga sebagai pendengar, penonton, maupun pembaca. Adapun pengelompokkan khalayak tersebut terbagi sebagai berikut:

a. Khalayak sebagai massa

Pada konsep ini, khalayak media dilihat dalam ukuran besar seperti heterogenitas, penyebaran, dan anonimitasnya. Dalam hal ini, khalayak sebagai massa dilihat ketika mereka memperhatikan suatu pesan atau informasi dalam media maupun produk pada momen tertentu.

b. Khalayak sebagai pasar

Pada konsep ini, media dinilai telah menjadi sebuah bisnis yang besar. Istilah pasar dalam hal ini digunakan sebab khalayak menjadi sebuah kelompok yang memiliki peranan penting bagi bisnis tersebut. Dengan kata lain, konsep ini memandang bahwa media memperlakukan khalayak sebagai konsumen, bukan sebagai kelompok maupun publik.

c. Khalayak sebagai publik atau kelompok sosial

Pada konsep ini, keberadaan dari kelompok sosial dinilai aktif, interaktif, dan sebagian otonomnya dilayani oleh media. Namun, hal yang menjadi unsur penting dalam melihat konsep ini adalah tidak adanya ketergantungan khalayak sebagai publik atau kelompok sosial terhadap suatu media.

d. Khalayak sebagai pendengar, penonton, dan pembaca

Pada konsep ini, khalayak sebagai pendengar, penonton, hingga pembaca menjadi suatu konsep yang paling melekat dengan kondisi masyarakat saat ini. Berkaitan dengan hal tersebut, konsep ini melihat bahwa suatu media tertentu akan berfokus pada jumlah total individu yang didapatkan dengan menjangkau khalayak secara lebih luas.

Berdasarkan hal tersebut, peran khalayak dalam menerima sebuah pesan tentu menghasilkan proses untuk mencerna pesan yang dilihat,

ditonton, maupun didengarnya. Pada proses inilah kemudian lahir sebuah konsep khalayak aktif, yang mana hal ini memiliki arti bahwa khalayak menjadi pihak yang memiliki peranan penting dalam arus penyebaran informasi dari media yang dikonsumsi. Peran aktif yang dilakukan oleh khalayak dilakukan dengan mencoba mengenal, memahami, hingga memberi penilaian atas pesan-pesan yang diterimanya. West dan Turner (2007, h. 107), menjelaskan bahwa konsumen media atau khalayak memiliki banyak jenis yang berbeda. Pertama, kegunaan (*utility*) yakni media dinilai memiliki manfaat bagi seseorang, misalnya untuk mencari informasi tertentu. Kedua, kesengajaan (*intentionality*) dimana penggunaan media oleh seseorang didasari oleh keinginan maupun motivasi mereka dalam menentukan isi media atau konten apa yang ingin dikonsumsi. Ketiga, selektivitas (*selectivity*) dimana penggunaan media oleh khalayak menunjukkan ketertarikan mereka terhadap pesan atau informasi dalam media. Keempat, kesulitan untuk memengaruhi (*imperviousness to influence*) yang mana khalayak akan membentuk suatu makna dan pemahamannya sendiri terhadap konten media yang diterimanya.

Berdasarkan penjelasan di atas, khalayak aktif tidak akan dengan mudah terpengaruh oleh pesan teks media yang mereka terima. Dengan kata lain, khalayak dapat membentuk pemahaman mereka sendiri dari pesan yang mereka peroleh melalui media tertentu. Timbulnya suatu penilaian serta pemahaman yang berbeda dipengaruhi oleh adanya faktor yang dapat

memengaruhi penerimaan khalayak. Cangara (2008, h. 26-27), menyebutkan bahwa pengaruh yang terjadi merupakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh khalayak sebelum maupun sesudah menerima pesan. Pengaruh tersebut dapat disebabkan oleh karena pengetahuan, sikap, atau perilaku seseorang. Dalam proses penerimaan tersebut, faktor kontekstual berupa latar belakang sosial seperti pekerjaan, pendidikan, usia, jenis kelamin, sejarah, minat, hingga persepsi yang dihasilkan oleh khalayak merupakan faktor yang dapat memengaruhi khalayak dalam membaca suatu teks media. Dengan kata lain, khalayak tentu memiliki faktor kontekstual mereka masing-masing dan hal tersebutlah yang kemudian akan memengaruhi khalayak dalam menciptakan sebuah pemahaman dan penafsiran tertentu pada pesan di dalam media.

Atas dasar hal tersebut, peran khalayak dalam hal ini tidak hanya berfokus pada pesan yang mereka terima, melainkan terdapat proses untuk berdiskusi dengan pemikirannya sendiri agar dirinya mampu memahami dan menerima pesan yang diterimanya. Proses inilah yang kemudian memunculkan konsep khalayak aktif. Hal ini juga berarti bahwa khalayak sebagai penerima pesan memiliki peranan yang penting dalam proses penyebaran informasi yang diperolehnya dari suatu media tertentu. Melalui penafsiran yang dilakukan, maka khalayak juga akan turut menghasilkan persepsi maupun penilaian yang berbeda-beda atas pesan yang diterimanya

melalui media yang digunakan sebagai hasil atas proses seleksi dan pemahaman dengan pemikirannya sendiri.

2. Teori Persepsi

Jika membahas persepsi dari sudut pandang ilmu komunikasi, diketahui bahwa persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Sebab, persepsi dapat menentukan diterimanya suatu pesan oleh seseorang atau justru mengabaikan pesan lain yang diterimanya. Komunikasi yang dilakukan perlu mempertimbangkan bagaimana sebuah pesan akan dipersepsikan. Sebab, ketika persamaan persepsi dapat dibentuk, maka proses komunikasi dan penyampaian pesan pun akan mudah disampaikan dan dimengerti oleh khalayak. Persepsi pada dasarnya diartikan sebagai suatu proses yang terjadi oleh individu ketika sedang melakukan pengamatan terhadap suatu objek tertentu. Dalam arti lain, persepsi juga diartikan sebagai sebuah proses yang pada akhirnya memungkinkan seseorang untuk menentukan sebuah pilihan, mengorganisasikan, hingga menafsirkan rangsangan yang diperolehnya dari lingkungan. Inilah yang kemudian dapat memengaruhi perubahan perilaku pada seseorang (Mulyana, 2005, h. 167-268).

Menurut Sobur (2003, h. 445) persepsi dalam arti sempit didefinisikan sebagai sebuah penglihatan oleh individu mengenai sesuatu. Sedangkan dalam arti yang lebih luas, persepsi didefinisikan sebagai sebuah pandangan seorang individu dalam menilai atau mengartikan sesuatu. Proses

terbentuknya sebuah persepsi tentu berhubungan dengan proses penginderaan, yaitu menerima rangsangan maupun stimulus yang diperoleh oleh individu melalui alat indera yang kemudian akan dikelompokkan untuk ditafsirkan. Proses ini akan terus terjadi dan akan terus berlangsung setiap saat ketika seorang individu menggunakan alat inderanya untuk menerima rangsangan dari lingkungannya. Dengan kata lain, proses penginderaan menjadi proses penerimaan awal yang digunakan oleh seorang individu sehingga rangkaian proses persepsi dapat terjadi (Rakhmat, 2018, h. 51).

Menurut Sugianto, dkk (2017, h. 10), persepsi merujuk pada pandangan, penilaian, maupun tanggapan seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan, menurut Rakhmat (2005, h. 51) persepsi didefinisikan sebagai sebuah pengalaman seorang individu mengenai sebuah objek atau pesan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Adapun tujuan dari persepsi ini adalah untuk memberikan suatu pernyataan yang diperoleh dari stimulus yang merangsang indra untuk kemudian menghasilkan suatu tanggapan atau pendapat dengan menyimpulkan suatu kejadian. Dalam hal ini, persepsi tidak hanya berlaku untuk personal, namun juga dapat dibentuk secara luas kepada khalayak sehingga dapat menghasilkan persepsi tertentu.

Berdasarkan hal tersebut, persepsi juga sering dimaknai sebagai suatu pendapat, penilaian, maupun penafsiran oleh seorang individu terhadap suatu objek tertentu. Oleh karena persepsi melibatkan aktivitas

seseorang terhadap sebuah objek tertentu, maka persepsi selalu menghasilkan penafsiran maupun penggambaran pengalaman mengenai objek yang diperoleh dengan menyimpulkan serta menafsirkan pesan mengenai objek tersebut. Dalam hal ini, persepsi seseorang tentu tidak timbul begitu saja, melainkan terdapat faktor-faktor yang memengaruhinya. Menurut Rakhmat (2005, h. 58), terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi dan menentukan persepsi seseorang, mencakup hal-hal berikut:

a. Faktor Struktural

Menurut Rakhmat (2018, h. 74), faktor struktural merupakan faktor yang berasal dari lingkungan fisik atau efek-efek saraf yang diterima oleh individu. Namun, stimulus yang diterima oleh individu tidak dapat dimaknai secara terpisah. Dengan kata lain, apa yang terjadi di lingkungan fisik akan dilihat oleh individu sebagai suatu kesatuan peristiwa dimana setiap individu akan melihat serta memandang stimulus dalam suatu konteks. Dalam hal ini, Krech dan Crutchfield dalam (Rakhmat, 2018) menjelaskan bahwa individu akan melakukan pengorganisasian terhadap stimulus dengan melihat konteks. Meskipun informasi yang diperoleh individu tidak lengkap, namun mereka akan mencoba untuk memberikan interpretasi terhadap stimulus yang dipersepsikan.

b. Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah faktor yang sifatnya cenderung khusus dan subjektif. Faktor tersebut berupa faktor pengalaman, motivasi atau kebutuhan individu, kepribadian atau personal diri seseorang, kepercayaan, maupun hal-hal lain yang sifatnya personal. Dalam hal ini, faktor fungsional sering juga disebut sebagai kerangka rujukan, yang mana dalam konteks komunikasi, kerangka rujukan dapat memengaruhi bagaimana seseorang memberikan penafsiran terhadap pesan yang diterimanya. Pada faktor ini, persepsi bersifat selektif. Dengan kata lain, objek yang mendapatkan perhatian dalam proses pembentukan persepsi seseorang adalah objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Adapun hal-hal yang memengaruhi faktor fungsional sebagaimana dijelaskan di atas, terdiri dari:

1) Pengalaman

Pengalaman dalam hal ini adalah serangkaian peristiwa yang pernah dialami dan ditemui oleh seorang individu. Rangkaian peristiwa ini juga merupakan bagian dari pembelajaran formal dan hasil kontak manusia dengan lingkungannya. Melalui pengalaman tersebut, hal tersebut akan memengaruhi kecermatan seseorang dalam membentuk suatu persepsi.

2) Motivasi

Motivasi menjadi suatu hal yang dapat mendorong seorang individu. Hal ini juga dapat disebut sebagai proses konstruktif yang banyak mewarnai persepsi secara interpersonal. Dalam hal ini, motivasi terbagi lagi menjadi beberapa bagian seperti motif ganjaran dan hukuman, motif ingin tahu, hingga motif kebutuhan akan sesuatu.

3) Kepribadian

Kepribadian dalam hal ini dikaitkan dengan proyeksi yang dirancang untuk melindungi maupun mempertahankan ego dalam diri seseorang. Pada persepsi interpersonal, seseorang yang banyak melakukan proyeksi akan tidak cermat dalam merespon proses stimulus yang diperolehnya. Sebaliknya, seseorang yang menerima dirinya apa adanya, cenderung mampu menafsirkan proses stimulus yang diterimanya dengan lebih cermat.

4) Kepercayaan

Kepercayaan merupakan anggapan yang sifatnya subjektif dimana sebuah objek memiliki suatu karakteristik atau nilai tertentu, dengan atau tanpa bukti. Dalam hal ini, kepercayaan yang dimaksud adalah hal yang tidak memiliki batas tertentu, bersifat stabil, dan sulit berubah.

Menurut Kenneth dan Edward dalam (Mulyana, 2000, h. 72), persepsi diartikan sebagai serangkaian proses yang tidak dapat dipisahkan dan dibedakan. Sebab, dalam prosesnya kedua hal tersebut cenderung terjadi secara bersamaan. Hal ini memperlihatkan bahwa persepsi menjadi bagian dari seorang individu dalam menanggapi lingkungan maupun stimulus yang diperolehnya. Dengan demikian, akan dihasilkan suatu luaran dalam bentuk persepsi yang mana hal tersebut dapat terjadi akibat pengaruh dari sejumlah faktor yang telah tertata dalam psikologi individu seseorang.

Dalam hal ini, Sobur (2003, h. 83) menjelaskan bahwa dari sudut pandang psikologi, tingkah laku seseorang tergantung pada bagaimana dirinya mempersepsikan suatu hal. Maka dari itu, untuk mengubah perilaku maupun sikap seseorang, terdapat tiga komponen proses yang harus dilalui. Proses pertama yaitu seleksi, dimana terjadi sebuah proses filtrasi atau penyaringan terhadap stimulus yang diterima oleh alat indera, juga berkaitan dengan intensitas dan jenisnya. Berdasarkan hal tersebut, stimulus yang diterima oleh alat indera akan diseleksi terlebih dahulu untuk kemudian akan melalui proses interpretasi. Pada proses interpretasi, terdapat berbagai macam faktor yang memengaruhi seperti faktor struktural dan faktor fungsional berupa pengalaman, motivasi, kepribadian, hingga kepercayaan seseorang. Interpretasi juga turut bergantung pada kemampuan seseorang untuk melakukan pengkategorian informasi yang diperolehnya dari yang kompleks hingga sederhana. Setelah melalui proses ini, selanjutnya akan

diubah dalam bentuk pandangan maupun tingkah laku seseorang yang disebut sebagai proses reaksi.

Berdasarkan hal tersebut, objek yang menjadi sumber stimulus yang diperoleh seseorang mampu didapatkan melalui berbagai media seperti gambar, tulisan, dan lain sebagainya. Dengan demikian, stimulus yang diterima oleh indera seseorang akan menghasilkan sebuah reaksi yang berbentuk pandangan, penafsiran, maupun penilaian baru terhadap pesan yang diterimanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori persepsi yang dikemukakan oleh Deddy Mulyana, dimana persepsi merupakan suatu proses internal yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengatur, serta menafsirkan rangsangan terhadap objek tertentu. Dalam hal ini, objek tersebut ialah pesan maupun informasi dari sebuah media.

Berdasarkan hal di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses dimana seseorang mengenali, memperhatikan, dan memahami informasi yang diterimanya. Pada penelitian ini, salah satu bentuk stimulus dalam teori persepsi didapatkan melalui rangsangan terhadap media yang ditangkap oleh indera untuk melihat mengenai pesan maupun informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri. Lebih lanjut, persepsi tersebut akan memiliki peran untuk melihat tanggapan maupun respon khalayak mengenai pesan yang diperolehnya melalui media sosial *Instagram*. Dalam hal ini, fungsi teori persepsi digunakan untuk memperjelas tanggapan maupun persepsi yang diberikan oleh khalayak atau

pengikut *Instagram* tentang informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri.

3. Konsep Pesan (Informasi)

Menurut Hardiansyah (2015, h. 36), pesan diartikan sebagai suatu produk yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (publik), baik secara langsung maupun melalui saluran media. Dalam hal ini, pesan juga dapat diartikan sebagai suatu komponen dalam proses komunikasi yang berisi pikiran maupun perasaan yang ingin disampaikan kepada orang lain. Penyampaian suatu pesan tentu menghasilkan suatu konten, informasi, maupun isi yang memiliki maksud dan tujuan tertentu. Adapun isi dari suatu pesan dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat maupun propaganda, dan sebagainya. Dengan demikian, pesan yang dibangun pada akhirnya dapat membentuk sebuah makna melalui interaksi yang dibangun dengan khalayak atau penerima pesan.

Nurudin (2016, h. 47) menjelaskan bahwa pesan terdiri dari bentuk pesan, makna pesan, dan penyajian pesan. Dalam hal ini, bentuk pesan ditunjukkan melalui lambang maupun simbol yang dirangkai sedemikian rupa untuk memperjelas pesan maupun makna komunikasi yang ingin disampaikan berupa lambang komunikasi nonverbal (mimik wajah dan gerak tubuh) serta lambang komunikasi verbal (bahasa lisan maupun tulisan). Sebuah pesan juga akan menghasilkan suatu makna yang dapat digolongkan menjadi makna denotatif (makna sebenarnya) serta makna

konotatif (makna kiasan atau bukan yang sebenarnya). Makna pesan ini ditunjukkan melalui material yang telah dipilih dan ditentukan langsung oleh komunikator untuk menyampaikan informasi serta gagasannya. Lebih lanjut, penyajian pesan maupun bentuk-bentuk pesan dapat bersifat informatif, persuasif, maupun koersif. Penyajian pesan ini menjadi suatu hal yang dapat membungkus inti maupun makna pesan dan digunakan untuk menarik khalayak dalam melihat unsur pesan yang ada di dalamnya.

Pada bentuk pesan yang bersifat informatif, khalayak sebagai penerima pesan dapat mengambil sebuah kesimpulan dari informasi maupun keterangan yang diberikan oleh komunikator. Pada kondisi tertentu, pesan yang bersifat informatif dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesannya kepada khalayak daripada pesan yang sifatnya persuasif. Selanjutnya, pesan yang bersifat persuasif mampu memberikan pengertian serta kesadaran kepada seseorang melalui pendapat maupun sikap tertentu sehingga mampu menghasilkan sebuah perubahan terhadap khalayak sebagai penerima pesan. Terakhir, pada bentuk pesan yang bersifat koersif, penyampaian pesan disampaikan dengan cara memerintah atau memberikan instruksi, sehingga penyampaian pesan ini dapat menimbulkan tekanan batin maupun ketakutan diantara kalangan publik.

4. Media Sosial: *Instagram*

Menurut Nasrullah (2017, h. 10), media sosial diartikan sebagai perantara yang terdapat dalam jaringan internet sehingga mampu

memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk berkomunikasi, menampilkan diri, hingga berkomunikasi dengan pengguna yang lain secara virtual. Dengan kata lain, media sosial menjadi salah satu platform yang berfokus pada eksistensi penggunanya dengan cara memudahkan mereka dalam melakukan aktivitas tertentu. Pemaknaan media sosial terbagi ke dalam tiga bentuk yakni pengenalan, kerjasama, hingga komunikasi yang mana hal tersebut dapat memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat. Tidak hanya itu, setiap pengguna media sosial juga dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, hingga membuat sebuah konten tertentu.

Dalam penelitian ini, media sosial yang digunakan yaitu *Instagram*. Nisrina (2015, h. 137) menjelaskan bahwa *Instagram* didefinisikan sebagai suatu jaringan sosial yang membuat para penggunanya dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya. Sebagai bagian dari kemajuan teknologi internet, *Instagram* dilengkapi oleh berbagai macam fitur yang dapat memudahkan para penggunanya. Dalam media sosial jenis tersebut terdapat sejumlah fitur yang disediakan dimana para penggunanya dapat dengan mudah mengolah serta membagikan berbagai macam konten maupun isi media kepada masyarakat umum secara *online* melalui internet sebagai penyedia informasi yang paling cepat saat ini. Melalui hal ini, adanya penjelasan mengenai media sosial *Instagram* dapat membantu melengkapi analisis terhadap penggunaan media sosial dalam menyampaikan informasi maupun pesan tertentu kepada khalayak secara luas. Lebih khusus, informasi maupun pesan

yang dimaksud adalah informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri.

5. Kesehatan Mental dan Pengembangan Diri

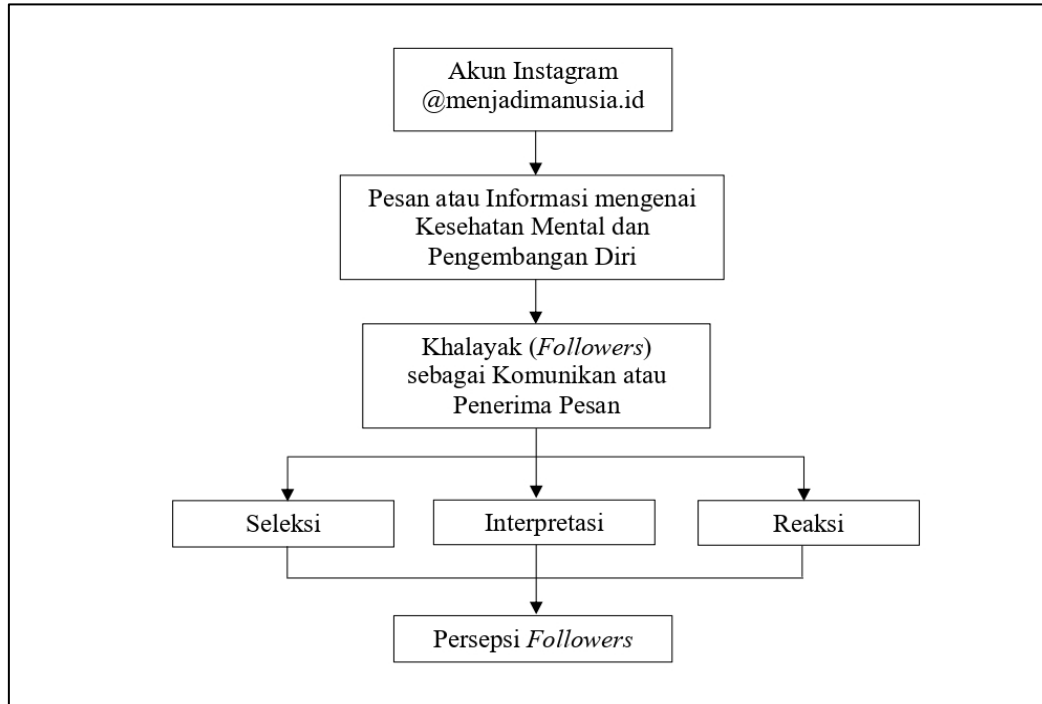
Fokus utama yang menjadi perhatian pada objek materi mengenai kesehatan mental adalah manusia, sedangkan objek formal mengenai kesehatan mental berkaitan dengan persoalan serta bagaimana mengusahakan agar kesehatan mental manusia dapat dijaga dengan baik. Dalam hal ini, WHO menyebutkan bahwa kesehatan mental merupakan suatu kondisi dimana seorang individu mampu menyadari kemampuannya sendiri, mampu mengatasi tekanan kehidupan yang normal, mampu bekerja secara produktif, serta mampu memberikan kontribusi yang baik kepada individu lain yang berada di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut mengartikan bahwa kemampuan seseorang dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya diharapkan mampu memberikan ketentraman dan kebahagiaan hidup bagi individu itu sendiri (Radiani, 2019, h. 94-96).

Definisi lain mengenai kesehatan mental diartikan sebagai terwujudnya suatu keharmonisan yang baik di antara fungsi-fungsi jiwa seseorang sehingga dirinya mampu mengatasi serta menghadapi berbagai problema kehidupan yang biasa terjadi. Definisi tersebut memberikan arti bahwa fungsi-fungsi jiwa seseorang seperti pikiran, perasaan, sikap, pandangan, hingga keyakinan harus saling menopang dan bekerja sama agar terhindar dari rasa gelisah maupun konflik batin yang dialami. Dengan kata

lain, harus terdapat tujuan di dalamnya untuk mengembangkan serta memanfaatkan potensi, bakat, serta pembawaan yang ada semaksimal mungkin. Dengan demikian, hal ini pada akhirnya akan memiliki keterkaitan pada proses pengembangan diri seseorang.

Dalam hal ini, pengembangan diri berbicara mengenai konsep diri yang harus dimiliki oleh seorang individu. Konsep diri digunakan untuk melihat pribadi seseorang secara utuh yang menyangkut fisik, emosi, intelektual, sosial, hingga menjadi pedoman seseorang dalam bertindak. Dengan kata lain, pengembangan diri yang dilakukan oleh seseorang harus mampu mendorong individu tersebut dalam memutuskan suatu keputusan, sebab dalam diri seseorang tentu memiliki kebutuhan dan kepuasan (Sunaryo, 2004, h. 32). Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini akan melihat proses pembentukan penafsiran, penilaian, maupun pemahaman yang dilakukan oleh khalayak (*followers*) tentang pesan atau informasi yang terdapat dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id. Adapun pesan maupun informasi yang dimaksud adalah informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri tentang bagaimana cara atau langkah yang dapat dilakukan oleh seorang individu untuk dapat menjaga kesehatan mental dan melakukan pengembangan diri.

F. Kerangka Berpikir



Gambar 1.3
Kerangka Berpikir Penelitian
(Sumber: Olahan Peneliti)

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi telah memberikan kemudahan bagi setiap penggunanya untuk menyebarkan berbagai informasi. Hal ini juga sejalan dengan adanya fakta bahwa setiap individu tentu memiliki suatu kebutuhan, salah satunya yaitu kebutuhan akan informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri yang saat ini dapat dengan mudah terpenuhi melalui media sosial. Lebih lanjut, penyajian informasi terkait isu tersebut sudah cukup banyak dibahas melalui media sosial, khususnya *Instagram*. Adapun salah satunya yaitu akun *Instagram* @menjadimanusia.id yang secara garis besar membahas isu maupun informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri.

Informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dalam akun *Instagram @menjadimania.id* tentu akan diterima khalayak sebagai sasaran pesan oleh komunikator atau pihak media. Khalayak sebagai komunikan atau penerima pesan dapat dengan bebas memilih jenis pesan seperti apa yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan mereka. Khalayak dapat melakukan proses seleksi, interpretasi, hingga akhirnya menghasilkan sebuah reaksi. Dengan demikian, khalayak pun akan membentuk dan menghasilkan sebuah persepsi atas pesan maupun informasi yang diterimanya. Dalam hal ini, perbedaan persepsi maupun pemahaman akan sangat mungkin terjadi mengingat banyaknya faktor yang dapat memengaruhi persepsi seorang individu. Perbedaan ini pun pada akhirnya akan menempatkan khalayak pada posisi yang berbeda-beda dalam memberikan persepsi tentang pesan maupun informasi yang mereka terima melalui media sosial.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai proses pembentukan persepsi *followers* tentang informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dalam akun *Instagram @menjadimania.id* bermaksud untuk memahami dan mengartikan setiap gejala, fakta, maupun realitas secara mendalam dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (dalam Anggito & Setiawan, 2018, h. 7), penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang menggunakan latar belakang untuk dapat memberikan sebuah gambaran maupun penilaian terhadap suatu fenomena

yang terjadi melalui metode yang berbeda. Penelitian kualitatif juga bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi secara utuh dan melihat kemungkinan-kemungkinan yang ada selama proses penelitian. Dalam hal ini, penelitian kualitatif memiliki tiga tujuan yakni mengungkapkan, menggambarkan, serta menjelaskan. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk menjelaskan secara mendalam tentang proses pembentukan persepsi yang terjadi pada khalayak (*followers*) tentang informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Rakhmat (2018, h. 22), penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dapat digunakan sebagai sarana untuk mengumpulkan berbagai macam informasi secara lengkap dengan mempresentasikan sebuah fenomena yang sedang berlangsung. Metode penelitian deskriptif kualitatif ini juga mampu menjelaskan masalah yang terdapat dalam penelitian dengan memberikan sebuah gambaran mengenai keadaan pada subjek maupun objek yang terdapat dalam penelitian. Dengan demikian, penelitian dengan metode ini dapat menjelaskan sebuah fenomena hingga terjadi adanya perubahan yang dialami oleh faktor-faktor yang ada di dalam penelitian. Adapun pada penelitian ini, metode deskriptif kualitatif digunakan untuk melihat bagaimana proses pembentukan persepsi yang

diberikan oleh *followers* dalam melihat informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dalam akun *Instagram @menjadimanusia.id*.

3. Objek dan Subjek Penelitian

a. Objek Penelitian

Menurut Supriati (2015, h. 44), objek penelitian adalah gambaran suatu objek ilmiah yang dijelaskan untuk memperoleh informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Selain itu, objek penelitian juga dapat diartikan sebagai suatu hal yang akan dijadikan sasaran untuk diteliti dan diperhatikan. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah proses pembentukan persepsi tentang informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri dalam akun *Instagram @menjadimanusia.id*.

b. Subjek Penelitian

Menurut Adhimah (2020, h. 59), subjek penelitian diartikan sebagai seorang individu yang dijadikan sebagai sumber data penelitian dengan memberikan sejumlah informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dengan kata lain, subjek penelitian dikenal sebagai informan maupun narasumber yang akan diwawancarai dalam penelitian kualitatif. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti perlu menetapkan sejumlah kriteria dalam memilih subjek penelitian. Hal tersebut dilakukan guna menunjukkan relevansi yang sesuai dengan objek yang diteliti dalam penelitian. Dengan kata lain, subjek

penelitian harus memiliki sejumlah kriteria atau ketentuan secara khusus sehingga fenomena yang diangkat dalam penelitian ini dapat dibahas secara spesifik dan mendalam. Dalam hal ini, indikator utama yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah *followers* akun *Instagram* @menjadimanusia.id. Adapun kriteria lain yang lebih spesifik untuk dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini, antara lain:

- 1) Informan berusia 16-24 tahun yang mana usia tersebut menurut Riskesdas (2018) merupakan periode kritis bagi kesehatan mental remaja dan anak muda di Indonesia.
- 2) Informan telah mengetahui dan mengikuti akun *Instagram* @menjadimanusia.id.
- 3) Informan memiliki latar belakang maupun pengalaman pribadi yang relevan terkait kesehatan mental dan pengembangan diri.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan informan atau narasumber yang telah memenuhi kriteria subjek dalam penelitian ini. Sebelum mengumpulkan dan melakukan pengolahan data, peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam dengan empat informan sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Adapun pemilihan informan didasarkan pada pertimbangan bahwa menurut peneliti, keempat

informan yang telah dipilih tersebut sudah memenuhi kriteria subjek penelitian dan telah mengetahui dengan baik permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber pertama atau langsung dari objek atau subjek penelitian. Adapun data primer atau data utama penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap narasumber dengan mengacu pada petunjuk atau pedoman wawancara yang telah dibuat sebelumnya untuk memperoleh hasil temuan data yang lebih jelas dan terarah. (Kriyantono, 2006, h. 42).

b. Data Sekunder

Data sekunder diartikan sebagai sumber perantara yang didapatkan melalui sumber kedua selain data primer (Kriyantono, 2006, h. 42). Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui sumber-sumber tertulis dan studi pustaka seperti buku, jurnal, artikel, maupun penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat mengumpulkan data dalam penelitian secara valid, maka peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui

wawancara mendalam. Menurut Morissan (2019, h. 23), wawancara mendalam diartikan sebagai sebuah proses untuk mendapatkan maupun memperoleh data atau informasi terkait fenomena yang sedang diteliti secara detail dan mendalam. Sugiyono (2005, h. 5) menjelaskan bahwa wawancara dilakukan dengan cara bertukar informasi antara dua orang melalui kegiatan tanya jawab. Dalam hal ini, topik wawancara yang dibahas juga akan disesuaikan dan dipilih agar mampu menunjang data maupun informasi secara aktual dan dapat menggambarkan situasi mengenai fenomena yang sedang diteliti. Pada penelitian ini, wawancara akan dilakukan kepada khalayak (*followers*) akun media sosial *Instagram* @menjadimanusia.id mengenai persepsi mereka tentang pesan maupun informasi terkait kesehatan mental dan pengembangan diri. Lebih lanjut, teknik pengumpulan data lain yang juga digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka melalui pembacaan literatur atau sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, maupun artikel yang berkaitan dan berfungsi sebagai referensi yang dibutuhkan dalam penelitian.

6. Analisis Data

Menurut Siyoto (2015, h. 123), analisis data diartikan sebagai suatu proses memilah atau mengorganisasikan data ke dalam bentuk pola atau kategori untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja yang sesuai dengan temuan data yang telah dihasilkan. Adapun analisis tersebut akan dilakukan melalui 3 tahap, sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Siyoto (2015, h. 122) menjelaskan bahwa reduksi data dilakukan dengan cara merangkum hal-hal yang paling penting, memusatkan perhatian pada hal-hal yang penting, dan mengabaikan informasi-informasi yang tidak diperlukan dalam penelitian. Adapun pada penelitian ini, peneliti akan memilih data-data penting yang relevan dan memiliki keterkaitan dengan proses pertukaran informasi yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam proses penarikan kesimpulan.

b. Penyajian Data

Miles dan Huberman (dalam Siyoto, 2015, h. 123) menjelaskan bahwa penyajian data diartikan sebagai sebuah kumpulan informasi yang tersusun sehingga dapat menghasilkan sebuah kesimpulan. Adapun pada penelitian ini, data yang disajikan merujuk pada persepsi yang diberikan oleh khalayak media terhadap pesan maupun informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri.

c. Penarikan Kesimpulan

Menurut Siyoto (2015, h. 124), penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari proses analisis data. Tahap ini dilakukan dengan menyatakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Tujuan dilakukannya penarikan kesimpulan adalah untuk melihat

hasil akhir yang dilakukan dengan mencari hubungan, perbedaan, maupun persamaan data maupun informasi yang diperoleh. Adapun pada penelitian ini, penarikan kesimpulan diambil dari hasil penelitian mengenai proses pembentukan persepsi *followers* tentang informasi mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri yang disajikan dalam akun *Instagram* @menjadimanusia.id.

