

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Abad 21 ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama sejak internet mulai banyak digunakan di seluruh dunia. Internet adalah jaringan komputer atau kumpulan banyak komputer yang saling terhubung. Internet telah mengubah seluruh aspek kehidupan yang ada di dunia terutama komunikasi, informasi, ekonomi, kesehatan, sosiokultur, dan masih banyak yang lainnya. Internet mengubah cara kita dalam berbelanja, bertransaksi, belajar, dan berkomunikasi dengan munculnya *e-banking*, *e-commerce*, *e-learning*, dan media sosial. Internet seakan sudah menjadi sesuatu yang sangat penting pada kehidupan manusia di abad 21 ini (Rusito, 2021). Kebutuhan manusia akan internet semakin terlihat saat pandemi *COVID-19*. Internet menjadi hal penting dalam kehidupan manusia saat *COVID-19* karena hanya dengan internet kita bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Karena *COVID-19* teknologi informasi dan komunikasi semakin banyak digunakan oleh masyarakat. Seperti yang ditulis pada artikel *kominfo.go.id* (2021), bahwa di Indonesia terdapat pertumbuhan 10,58% di sektor TIK pada tahun 2020. Hal tersebut merupakan salah satu dampak positif dari sekian banyaknya dampak negatif *COVID-19* khususnya di Indonesia. Menurut *Databook* (2022) jumlah pengguna internet pada Januari 2022 adalah sebanyak 4,95 miliar pengguna. Pada tahun 2018 jumlahnya adalah 3,95 miliar pengguna dan di tahun 2020 meningkat menjadi 4,42 miliar. Kemudian di Indonesia pengguna internet 212,9 juta pada Januari 2023.

Tahun 2023 mulai banyak masyarakat Indonesia yang memberikan perhatiannya terhadap isu kesehatan mental. Seperti yang dikatakan dalam *databoks* (2023) bahwa negara-negara di dunia mulai memprioritaskan isu kesehatan mental di dunia. Isu tersebut ditemukan selaras dengan beberapa negara yang warganya cenderung ingin menjaga kesehatan mental mereka. Indonesia setuju untuk memprioritaskan kesehatan mental sebesar 90%. Hal tersebut tidak terlepas dari adanya pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak tahun 2019 akhir. Pandemi COVID-19 tersebut menyebabkan banyak sektor-sektor di dunia menjadi hancur dan berantakan, terutama pada kesehatan dan perekonomian. Karena pada saat awal pandemi COVID-19, virus tersebut diberitakan sangat cepat menyebar dan mematikan. Hal tersebut mengharuskan masyarakat melakukan *social distancing* agar COVID-19 bisa ditekan penyebarannya. Tempat publik seperti pasar, mall, restoran, tempat rekreasi, dan yang lainnya menjadi terpaksa ditutup sehingga perekonomian menjadi macet. Banyak masyarakat yang tidak bisa mencari nafkah dan kesulitan ekonomi. Jadi bukan hanya takut terhadap COVID-19 yang mematikan, masyarakat juga takut tidak bisa menyambung hidup keesokan harinya.

Keadaan yang tidak menentu dan entah kapan pandemi COVID-19 akan berhenti membuat banyak orang merasa cemas dan depresi. Karena itulah saat pandemi COVID-19 orang yang memiliki gangguan kesehatan mental semakin meningkat. Data dari WHO dalam sebuah buku laporan yang ditulis oleh Osborn, Wasanga, dan Ndeti (2022: 42) menyebutkan bahwa sebelum pandemi, ada sebanyak 193 juta orang mengalami depresi; dan sebanyak 298 juta orang

mengalami gangguan kecemasan. Lalu setelah pandemi terjadi lonjakan yang cukup besar yaitu sebanyak 246 juta orang mengalami depresi; dan ada sebanyak 374 juta orang mengalami gangguan kecemasan. Data tersebut hanyalah puncak gunung es dimana masih banyak orang yang belum terdeteksi. Hal tersebut sekaligus menjadi peringatan kepada semua negara untuk lebih memperhatikan isu kesehatan mental. Di Indonesia sendiri, data yang didapatkan melalui survei Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) mengatakan bahwa sebanyak 63% responden mengalami cemas dan 66% mengalami depresi akibat pandemi COVID-19 (Ridlo, 2020).

Dalam artikel *sehatnegeriku* (2021), Dr. Celestunis Eigya Munthe yang merupakan direktur Pencegahan dan Pengendalian Masalah Kesehatan Jiwa dan Napza mengatakan bahwa Indonesia di tahun 2021 memiliki prevalensi orang dengan gangguan jiwa sebesar 1 dari 5 penduduk yang berarti sebesar 20% populasi Indonesia (populasi = 250 juta jiwa) memiliki potensi mengalami gangguan jiwa. Jumlah tersebut tidak sebanding dengan dengan tenaga ahli di Indonesia. Tenaga ahli untuk kesehatan mental di Indonesia hanya berjumlah 1053 orang, yang berarti 1 orang tenaga ahli harus melayani sebanyak 250 ribu orang yang memiliki gangguan kesehatan mental. Tentunya itu adalah beban yang sangat berat, ditambah belum semua provinsi di Indonesia yang memiliki pusat pelayanan bagi orang yang mengalami masalah gangguan mental. Walaupun di suatu daerah sudah terdapat pusat pelayanan untuk orang yang merasa memiliki masalah kesehatan mental juga tidak menjamin orang tersebut mau berkonsultasi. Hal tersebut dikarenakan stigma buruk dari masyarakat terhadap orang yang memiliki

gangguan mental. Mereka yang mencari bantuan tenaga ahli mungkin akan dianggap sebagai orang gila, orang yang lemah mental, bahkan ada yang mengatakan terlalu berlebihan yang bahasa gaulnya disebut “alay”. Hal seperti itulah yang menyebabkan orang yang memiliki gangguan kesehatan mental tidak mau dan merasa malu jika harus datang ke pusat pelayanan gangguan mental. Sehingga pada akhirnya mereka yang seharusnya masih bisa disembuhkan, akan menjadi susah untuk disembuhkan karena penanganan yang terlambat. Seperti yang dikatakan dalam artikel *halodoc* (2021) bahwa salah satu alasan seseorang yang tidak mau mencari bantuan psikolog adalah karena masih menganggap masalah psikis sebagai hal yang tabu. Orang yang memiliki gangguan kesehatan mental seharusnya diberikan dukungan dan semangat dari orang sekitar, dengan demikian mereka tidak akan merasa sendiri dalam menghadapi masalah kesehatannya.

Dr. Celestinus menyebutkan saat ini pemerintah sedang mengupayakan edukasi kepada masyarakat agar bisa menjadi lebih sadar dan menghilangkan stigma serta diskriminasi terhadap orang yang memiliki gangguan kesehatan mental. Karena jika masyarakat memiliki pengetahuan yang minim tentang kesehatan mental, kemungkinan munculnya stigma dan diskriminasi akan tinggi (CPMH, 2020). Dengan edukasi diharapkan masyarakat menjadi lebih sadar dan menghilangkan stigma, sehingga orang dengan gangguan mental yang mencari bantuan atau pelayanan bertambah jumlahnya. Menjaga kesehatan mental sama pentingnya dengan menjaga kesehatan fisik. Karena kesehatan mental bisa mempengaruhi kesehatan fisik dan kehidupan sosial. Kesehatan mental akan mempengaruhi cara berfikir dan berperilaku. Mental yang sehat juga membantu kita

untuk mengelola stress, berhubungan dengan orang lain, dan menentukan sebuah pilihan dengan baik. Mental yang tidak sehat akan mengganggu pikiran, suasana hati, dan perilaku sehingga kondisi fisik dan kualitas hidup akan menurun. Maka dari itu menjaga mental agar tetap sehat sangatlah penting. Seperti pepatah yang sering kita dengar, “*di dalam tubuh yang sehat, terdapat jiwa yang kuat*”. Menurut WHO, seseorang yang memiliki mental yang sehat adalah orang yang dapat menyadari potensinya sendiri, dapat mengatasi tekanan dalam hidup, bekerja dan belajar dengan produktif, dan memberikan kontribusi terhadap lingkungan sekitarnya (WHO, 2022).

Edukasi kepada masyarakat terkait pentingnya kesehatan mental, baik dari pemerintah, organisasi, lembaga, dan komunitas sebenarnya sudah dilakukan. Edukasi tersebut berupa penyuluhan ke desa-desa, melaksanakan *event* dan juga kampanye tentang kesehatan mental. Cara-cara tersebut sebenarnya sudah mulai kurang efektif karena perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sudah sangat berkembang pesat karena munculnya internet. Dengan internet kita bisa dengan mudah dan cepat, serta dapat menjangkau lebih banyak audiens. Internet melahirkan banyak *social media* yang memungkinkan kita untuk berinteraksi di dunia maya. *Social media* memungkinkan kita untuk berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu, sehingga dapat menyebarkan pesan atau informasi kepada banyak orang sekaligus dalam waktu yang singkat. Berkat media sosial edukasi terkait pentingnya kesehatan mental bisa dilakukan dengan biaya dan tenaga yang lebih sedikit. Kita bisa memposting konten dalam bentuk apapun (foto, video, infografis, dll) yang memberikan informasi tentang kesehatan mental di media sosial. Selain

itu kita juga bisa mengadakan *event* atau kampanye secara online yang tentunya akan menghemat biaya dan waktu. Biasanya media sosial yang digunakan untuk edukasi adalah *Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok*, dan masih banyak lagi.

Banyaknya konten yang berkaitan dengan isu kesehatan mental bisa kita lihat dari data yang didapatkan oleh *netray.id* (2022). Pada media sosial *Youtube* *netray* memantau konten terkait kesehatan mental di media sosial *Youtube* dengan menggunakan kata kunci *#kesehatanmental* selama 10 hari (7-17 oktober 2022). Hasilnya terdapat sebanyak 261 video yang membahas kesehatan mental. Sedangkan pada *Tiktok* dengan kata kunci dan periode pemantauan yang sama didapatkan sebanyak 525 konten dengan tagar tersebut yang diputar sebanyak 10.5 juta kali. Kemudian total like sebanyak 917.7 ribu, komentar sebanyak 19.4 ribu, dan *share* sebanyak 40.9 ribu. Dari kedua media sosial tersebut *Tiktok* memang lebih banyak dalam hal jumlah konten dan *views* di bandingkan *Youtube*. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh tenaga ahli untuk mengedukasi masyarakat tentang kesehatan mental dengan mengemas konten yang menghibur sekaligus informatif.

### GAMBAR 1.1

kata kunci *#kesehatanmental* pada *tiktok* dalam periode 7-17 oktober 2022



Sumber: *netray.id* (2022)

Selain dampak positif tentunya terdapat dampak negatif dari media sosial, khususnya terhadap isu kesehatan mental di Indonesia. Seperti yang sudah

disebutkan sebelumnya, dampak positif dari media sosial adalah memungkinkan kita untuk menyebarkan konten edukasi tentang kesehatan mental dengan mudah sehingga mempercepat upaya untuk menyadarkan masyarakat serta menghilangkan stigma dan diskriminasi terkait kesehatan mental. Selain itu dampak positif lainnya adalah memungkinkan seseorang yang memiliki masalah kesehatan mental berkonsultasi secara online. Konsultasi akan menjadi lebih *private*, karena pasien bisa memilih untuk mengungkap identitas aslinya atau tidak. Selain itu saat konsultasi berlangsung pasien juga bisa memilih apakah dia akan memperlihatkan wajahnya atau tidak, sehingga para pasien juga akan lebih nyaman untuk bercerita tentang masalah yang dialaminya. Pasien juga tidak harus datang ke pusat pelayanan, sehingga mereka tidak perlu khawatir dilihat oleh orang lain dan dianggap sebagai orang gila.

Kemudian untuk dampak negatifnya yaitu adanya kesalahan dalam informasi yang disampaikan lewat *social media*. Karena di era media sosial saat ini semua orang bisa menjadi komunikator yang dapat menyebarkan informasi ke banyak orang dengan mudah. Jadi besar kemungkinan seseorang yang bukan ahli di dalam kesehatan khususnya kesehatan mental juga bisa menyebarkan informasi terkait kesehatan mental. Kemungkinan adanya disinformasi juga menjadi semakin besar. Jenis konten dan penggunaan kata yang kurang tepat bisa menyebabkan penerima pesan salah dalam mengartikan sebuah *content*, sehingga menyebabkan kesalahan dalam mengambil kesimpulan. Ditambah lagi jika konten yang serupa banyak tersebar di media sosial, bukannya membuat masyarakat semakin sadar tetapi malah memperburuk keadaan. Lalu karena banyaknya konten tentang

kesehatan mental juga membuat banyak orang melakukan *self-diagnose*. Padahal hanya psikolog/psikiater yang boleh mendiagnosis seseorang memiliki masalah dengan kesehatan mentalnya atau tidak. Karena itulah cara menyampaikan pesan atau informasi yang disampaikan lewat sebuah content harus benar, tepat, dan lengkap. Sehingga penerima pesan tidak salah dalam membuat kesimpulan.

Lalu dampak negatif dari media sosial juga dibahas oleh Crone, dkk (2018) dalam artikelnya yang mengatakan bahwa sistem saraf remaja yang sedang mengalami perkembangan mempengaruhi sensitivitas remaja terhadap penolakan, penerimaan, serta pengaruh dari teman di media sosial. Sensitivitas tersebut lebih tinggi pada remaja, jika dibandingkan dengan orang tua. Kemudian Primack (2017) juga menyebutkan dalam artikelnya bahwa media sosial memiliki hubungan dengan peningkatan prevalensi depresi, ansietas, dan gangguan tidur pada remaja. Dari hal tersebut kita bisa menyimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap kesehatan mental, khususnya pada remaja. Namun menurut Berryman, dkk. (2018) pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental seseorang tergantung pada bagaimana kualitas orang tersebut dalam menggunakan media sosial. Bagaimana cara orang tersebut dan bagaimana kualitas dalam menggunakan media sosial lebih berpengaruh terhadap kesehatan mental daripada waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial. Selain itu media sosial dan kesehatan mental bukan 2 variabel yang berhubungan secara langsung, namun dihubungkan oleh variabel yang lainnya (Keles, dkk., 2020).

Walaupun demikian bukan berarti kita tidak boleh menggunakan media sosial. Kita harus menggunakan media sosial dengan tepat dan bijak. Jangan hanya

sekedar mencari hiburan yang memuaskan hormon kebahagiaan tetapi juga informasi yang bermanfaat dan penting bagi kehidupan, khususnya tentang kesehatan mental. Saat penelitian ini dibuat, ada platform media sosial yang bernama Satu Persen Life School yang merupakan sebuah startup yang memberikan informasi dan pengetahuan penting agar bisa hidup seutuhnya. Pengetahuan yang diberikan berkaitan dengan pengembangan diri sampai dengan membahas isu kesehatan mental. Satu Persen Life School ini berawal dari youtube pribadi milik founder Satu Persen yaitu Ifandi Khainur Rahim pada tahun 2018. Kemudian Evan (Ifandi) dan temannya yaitu Rizky dan Vicky membentuk sebuah *startup* yang bukan hanya memberikan edukasi terkait *mental health* tetapi juga memberikan layanan konsultasi dan mentoring dengan ahli. Per Juli 2023 Satu Persen Life School sudah memiliki total 35.000 sesi konseling dan mentoring, serta sudah bekerjasama dengan lebih dari 40 mentor dan psikolog. Selain itu subscribers youtube satu persen juga sudah mencapai 2,89 juta dan Sebagian besar videonya sudah ditonton lebih dari 100 ribu, bahkan sudah ada yang lebih dari 1 juta kali ditonton.

Peneliti merasakan bahwa edukasi yang diberikan oleh satu persen memberikan manfaat terhadap kehidupan peneliti, khususnya terkait *mental health* dan *self development*. Salah satu tips atau saran yang sering peneliti terapkan adalah terkait kesendirian dan *overthinking*. Saat merasa *overthinking* peneliti akan menuangkan apapun yang ada di pikiran penulis ke dalam sebuah tulisan atau hanya melakukan voice recording. Hal tersebut penulis rasakan dapat mengurangi rasa kesepian penulis karena tidak ada orang yang cocok bagi penulis untuk diajak untuk

berbagi cerita. Jadi bagi penulis konten dari satu persen ini sangat bermanfaat jika ditonton oleh orang yang mengalami situasi sama dengan penulis. Karena banyak sekali tips dan saran yang diberikan oleh satu persen yang memang terbukti bisa mengatasi permasalahan hidup seseorang, terutama terkait jiwa. Kemudian di benak peneliti muncul pertanyaan dan rasa penasaran, apakah yang peneliti rasakan ini bisa sama dengan orang lain? Apakah konten satu persen tersebut memang bisa membentuk perilaku yang bisa menjaga dan membuat mental lebih sehat. Karena jika konten satu persen memang terbukti bisa membentuk perilaku yang dapat menjaga dan membuat mental lebih sehat, maka konten satu persen ini wajib untuk direkomendasikan untuk ditonton oleh banyak orang. Karena bukan hanya bisa membentuk perilaku sehat mental, satu persen juga bisa mengedukasi masyarakat agar bisa lebih peduli dan menghilangkan stigma negatif tentang *mental health*. Maka dari itu judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Satu Persen Terhadap Perilaku Sehat Mental Subscribers”**

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan di dalam penelitian ini. Pertama adalah penelitian yang berjudul “Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental dan Kesejahteraan Sosial Remaja di Masa Pandemi COVID-19” yang ditulis oleh Septiana (2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan di antara penggunaan media sosial dan kesehatan mental. Peneliti menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk memahami hubungan antara penggunaan media sosial dan kesehatan mental. Kedua, penelitian yang berjudul “Pengaruh Intensitas menonton ceramah ustad Adi Hidayat melalui Youtube

terhadap pemahaman keagamaan penonton (viewers) pada channel youtube Adi Hidayat Official” yang ditulis oleh Ida Kurnia Dewi. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2019. Penelitian ini peneliti menggunakan metode penyebaran kuesioner atau angket menggunakan media google form. Penelitian ini menggunakan teori uses and effect untuk menjelaskan dampak atau pengaruh dari penggunaan yaitu keintensan dalam menonton ceramah terhadap efeknya yaitu pemahaman keagamaan yang terjadi pada penonton (viewers) nya. Penelitian ini menjadi acuan berpikir penulis dalam melakukan penelitian, perbedaannya terletak pada subjek dan objek yang diteliti. Ketiga, penelitian dari Apriliana (2022) yang berjudul “Pengaruh Akun Youtube Terhadap Pemahaman Khalayak Perihal Mental Health (Studi Kasus Pada Akun Youtube Satu Persen)” . Penelitian oleh Apriliana tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Hasilnya disebutkan bahwa akun youtube satu persen mampu mempengaruhi pemahaman khalayak sebesar 37,2%. Penelitian oleh Apriliana inilah yang akan dikembangkan oleh peneliti, yaitu melihat apakah konten youtube satu persen mampu memberikan efek sampai pada tahap *behavioral*.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Apakah terdapat pengaruh intensitas menonton konten youtube satu persen terhadap perilaku sehat mental subscribers satu persen.

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton konten youtube satu persen terhadap perilaku sehat mental subscribers satu persen.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

##### **1. Akademis**

Untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan efek dan pengaruh dari *new media* terhadap khalayak

##### **2. Praktis**

Memberikan kontribusi dalam bidang kesehatan. Penelitian ini dapat melihat efektivitas konten youtube satu persen terhadap perilaku sehat mental. Jika konten youtube satu persen efektif maka bisa dijadikan rekomendasi untuk ditonton oleh masyarakat agar masyarakat lebih peduli terhadap kesehatan mentalnya. Jika masyarakat lebih peduli terhadap kesehatan mentalnya, maka jumlah orang yang memiliki gangguan mental bisa ditekan jumlahnya.

#### **E. KERANGKA TEORI**

##### **1. Efek Media**

Efek media massa adalah suatu kesan yang timbul pada pikiran khalayak akibat adanya suatu proses penyampaian pesan melalui media atau alat-alat komunikasi mekanis seperti: surat kabar, radio, televisi dan sebagainya. Menurut Straubhaar, dkk. (2011) efek media adalah suatu perubahan pada pengetahuan, sikap, emosi, atau tingkah laku setiap individu atau seseorang yang mengkonsumsi media tersebut sebagai hasil dari paparan media massa yang dilakukan secara terus-menerus. Kemudian

Menurut Donald K. Robert dalam Ardianto & Komala (2004) ada yang beranggapan bahwa efek media massa hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa dan lebih berfokus pada pesan yang disampaikan.

Kemudian menurut Steven M. Chaffle (dalam Ardianto, 2014), Efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal dengan sebagai perubahan Kognitif, Afektif, dan Behavioral.

a. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah efek yang dialami karena adanya perubahan atau penambahan pengetahuan akibat menerima informasi baru. Efek ini terjadi apabila terdapat perubahan pada pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap sesuatu. Karena itu dampak ini sangat berkaitan dengan penyebaran informasi, pengetahuan, nilai atau kepercayaan oleh media massa. Saat ini efek kognitif ini menjadi semakin kuat karena banyaknya informasi yang beredar berkat internet.

b. Efek Afektif

Efek yang berkaitan dengan sikap dan perasaan seseorang. Efek afektif memiliki kadar yang lebih tinggi dan juga tahap selanjutnya setelah efek afektif. Jadi media massa bukan hanya

dapat mempengaruhi pengetahuannya, tetapi juga sikap dan perasaan khalayak terhadap sesuatu. Media massa dapat mengubah sikap dan penilaian seseorang terhadap sesuatu. Namun efek afektif ini masih cenderung tertutup dan belum sepenuhnya terlihat.

c. Efek Behavioral

Jadi efek behavioral ini timbul setelah efek kognitif dan afektif terjadi. Efek Behavioral berhubungan dengan perilaku dan tindakan yang dilakukan seseorang akibat menerima informasi dari media massa. Perilaku manusia adalah semua aktivitas manusia itu sendiri yang dapat diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati secara langsung. Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng dibandingkan perilaku tanpa adanya pengetahuan (Roger dalam Notoatmodjo, 2014)

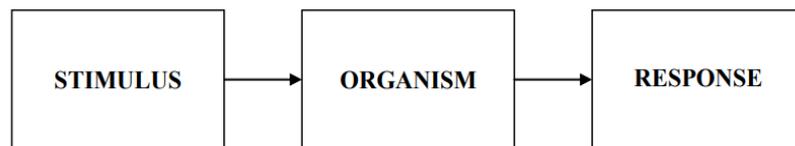
## 2. Teori S-O-R

Teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Response) merupakan teori yang ditemukan tahun 1953 oleh *houland*, dkk. Prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimulus dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan efek pesan media terhadap reaksi audiens. Teori S-O-R beranggapan bahwa organisme menghasilkan perilaku jika ada kondisi stimulus tertentu pula, jadi efek

yang timbul adalah reaksi khusus terhadap stimulus. Teori ini semula berasal dari psikologi, yang kemudian menjadi teori dalam komunikasi. Hal ini merupakan hal yang wajar karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif, dan konasi (Effendy, 2018). Teori S-O-R mengasumsikan bahwa suatu stimulus (kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu juga. Teori ini meliputi 3 unsur yang penting, yaitu:

- a. Pesan atau stimulus ( S ), pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda dan lambang.
- b. Komunikan atau organisme ( O ), merupakan keadaan komunikan saat menerima pesan. Komunikan mencoba memahami pesan dengan berdasarkan persepsi dan pengetahuan yang mereka miliki.
- c. Efek atau respons ( R ), efek yang ditimbulkan seperti efek kognitif, afektif, dan konatif.

GAMBAR 1. 2  
3 Unsur dalam Teori S-O-R



Sumber: Effendy, 2018

McQuail dalam Azura & Lubis (2022) berkeyakinan bahwa perubahan perilaku dapat terjadi tergantung pada kualitas stimulus yang

berkomunikasi dengan organisme. Kualitas tersebut seperti kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara, dan bentuk visual sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Asumsi dasar teori ini adalah efek yang timbul akan dipengaruhi kualitas stimulus dan organisme yang berkomunikasi. Semakin berkualitas stimulus yang diberikan pada organisme maka semakin kuat juga efek yang diberikan oleh media.

Walaupun sudah sangat cukup tua, teori S-O-R masih bisa digunakan untuk melihat fenomena yang terjadi di abad ke 21 ini. Mudah-mudahan mengakses informasi dan pengetahuan menyebabkan kualitas dari khalayak (organisme) menjadi semakin meningkat. Hal tersebut mengharuskan media massa untuk meningkatkan kualitas konten yang mereka buat (stimulus) jika ingin menghasilkan efek kepada masyarakat (response). Sebab khalayak saat ini sudah sangat aktif dalam mengonsumsi konten dari media. Khalayak tidak asal mengonsumsi media; khalayak memiliki tujuan dalam mengonsumsi media; khalayak ikut berfikir tentang apa yang disampaikan media; dan secara sadar menggunakan isi dari media.

### **3. New Media dan Computer Mediated Communication (CMC)**

Media baru (*new media*) adalah hasil dari munculnya *internet*. Pierre Levy (dalam Annisa, 2018) sebagai orang yang pertama kali mengembangkan teori new media mengemukakan bahwa di dalam teori new media ini terdapat dua pandangan. Pertama adalah pandangan interaksi

sosial, dimana media baru dianggap sebagai sebuah lingkungan informasi yang fleksibel dan dinamis. Sehingga manusia dapat mengembangkan pengetahuannya. Kemudian pandangan yang kedua adalah integrasi sosial yang memandang media baru sebagai wadah untuk menciptakan masyarakat baru. Jadi bukan hanya sebagai lingkungan informasi, tetapi lingkungan informasi tersebut bisa kita gunakan untuk menciptakan masyarakat baru. Caranya terletak pada lingkungan informasi tersebut, bentuk masyarakat akan ditentukan oleh informasi yang mereka dapatkan.

Kemudian menurut McQuail (2010), media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk semua teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Lalu menurut Mondry (2008) New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public. Annisa (2018) dalam jurnalnya juga mengungkapkan bahwa new media adalah media komunikasi yang sudah termediasi dengan teknologi komputer. Jadi pada intinya *new media* atau media baru ini adalah suatu media atau alat komunikasi yang terintegrasi dengan teknologi *internet*. Bisa kita gunakan untuk komunikasi secara private maupun secara massa atau umum.

New Media ini merupakan bagian dari Computer Mediated Communication (CMC) yang merupakan komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer atau *internet*. Jadi CMC ini

menjelaskan bahwa saat ini dengan adanya internet model komunikasi yang bisa kita lakukan bukan hanya “*one to one*” dan “*one to many*” saja tetapi juga “*many to one*” dan “*many to many*”. Jadi komunikasi yang kita lakukan lewat media sosial saat ini merupakan bagian dari CMC. Menonton konten di media sosial, mengirim dan menerima *e-mail* ataupun pesan private, mengunduh dan mengunggah konten di media sosial juga masuk dalam kategori CMC. Kevin B Wright dan Lynne M. Webb (2011:122) menyebutkan 7 karakter CMC, yaitu *sinkronitas*, *anonimitas*, *kustomisasi*, *interaktivitas*, *kehadiran sosial*, *banyaknya pengguna*, dan rendahnya privasi.

Perbedaan yang paling terlihat antara media lama dengan media baru adalah pada interaktivitasnya. Dalam Nasrullah, (2015) era media lama disebut dengan era *broadcast* atau penyiaran sedangkan era media baru disebut dengan era *interactivity*. Hal tersebut dikarenakan pada era media lama seperti TV, Radio, koran, melakukan penyiaran yang interaktivitasnya lebih rendah. Rendahnya interaktivitas tersebut memang dikarenakan teknologi yang masih belum memungkinkan. Perlu waktu yang cukup lama untuk mendapatkan *feedback* dari audiens terhadap informasi yang kita siarkan menggunakan media lama. Sedangkan di era media baru kita bisa memberikan dan menerima *feedback* dengan sangat cepat, bahkan sampai hitungan detik. Selain itu Nasrullah juga mengatakan bahwa media lama lebih bersifat **tersentral** sedangkan media baru **tersebar**. Yang dimaksud tersentral adalah informasi berasal dari satu sumber ke banyak khalayak.

Hal tersebut menyebabkan hanya orang yang memiliki akses terhadap media massa yang bisa menyebarkan informasi dengan mudah, sedangkan orang yang tidak memiliki akses cenderung susah. Lalu yang dimaksud dengan tersebar adalah informasi berasal dari banyak sumber ke banyak khalayak. Hal tersebut karena media baru memungkinkan semua orang yang memiliki akses internet bisa menyebarkan informasi kepada banyak orang sekaligus dengan mudah. Media sosial yang saat ini sudah dimiliki oleh hampir semua orang, bisa digunakan untuk menyebarkan informasi kepada banyak orang sekaligus. Dengan demikian sumber informasi menjadi banyak dan lebih beragam. Selain itu kita juga bisa memilih konten atau informasi apa yang ingin kita dapatkan dengan mudah. Hal tersebut menyebabkan kita bisa menjadi khalayak yang lebih aktif mencari informasi yang kita inginkan dan bukan hanya mengonsumsi informasi yang kita dapatkan secara tidak sengaja di media massa.

Di tahun 2023 ini sudah banyak sekali jenis media sosial yang memiliki karakteristik dan kegunaan masing-masing. Seperti misalnya *Whatsapp* yang lebih digunakan untuk ranah *private*; Youtube yang digunakan sebagai tempat berbagi video dengan durasi panjang; Twitter sebagai tempat berbagi informasi dalam bentuk teks; Instagram tempat berbagi foto dan video yang saat ini biasa disebut sebagai wajah terluar kita di dunia maya; linkedin untuk mencari pekerjaan; Tiktok yang sebagai aplikasi hiburan yang saat penelitian ini dilakukan sedang naik daun; dan masih banyak lagi media sosial yang lainnya.

#### **4. Intensitas Menonton**

Intensitas menurut Chaplin dalam (Lasmin, dkk, 2020) dilihat sebagai sebuah sifat yang kuantitatif dan timbul dari penginderaan. Intensitas berhubungan dengan indikator intensitas perangsangnya seperti sebuah reaksi emosional dan atau kekuatan yang melandasi sebuah pendapat, sikap, ataupun pengalaman yang kemudian dilakukan secara berulang. Intensitas menonton diartikan bukan hanya melihat sebuah tayangan namun juga secara intens memperhatikannya. Menurut Ajzen (dalam Frisnawati, 2012), intensitas yaitu suatu usaha seseorang dalam melakukan tindakan tertentu. Suatu tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu dan memiliki jumlah volume tindakan dikatakan memiliki intensitas. Kemudian Wulandari (dalam Tarigan, 2018) juga mengatakan hal yang serupa yaitu intensitas mengacu pada penggunaan waktu untuk melakukan aktivitas tertentu (durasi) disertai dengan jumlah pengulangan tertentu dalam jangka waktu tertentu (frekuensi).

Kemudian dalam Ramdhini & Fatoni (2020) disebutkan bahwa menentukan intensitas seseorang dalam mengakses media dapat ditentukan oleh penggunaan media, frekuensi penggunaan media, dan durasi seseorang. Dari penjelasan di atas kita bisa menyimpulkan bahwa aspek yang paling utama dalam intensitas adalah durasi dan frekuensi. Tetapi kita tidak boleh melupakan bagaimana seseorang menggunakan media, apakah mereka memperhatikan konten dengan baik atau tidak. Jadi dari semua

uraian di atas, indikator intensitas menonton yang digunakan dalam penelitian ini adalah Durasi, Frekuensi, dan Atensi.

- a. Frekuensi, merupakan banyaknya pengulangan menonton sebuah tayangan.
- b. Durasi, waktu yang dibutuhkan individu untuk menonton sebuah tayangan.
- c. Atensi, menunjukkan tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam mengakses pesan dari media.

## **5. Kesehatan Mental**

Menurut WHO (World Health Organization) kesehatan mental adalah kondisi kesejahteraan individu yang menyadari potensinya sendiri, dapat mengatasi tekanan di dalam hidupnya, dapat bekerja dan belajar secara produktif, serta mampu memberikan kontribusi kepada komunitasnya.

*“Mental health is a state of mental well-being that enables people to cope with the stresses of life, realize their abilities, learn well and work well, and contribute to their community.”* (WHO, 2022)

Kesehatan mental merujuk pada kesehatan seluruh aspek perkembangan seseorang, baik fisik maupun psikis. Kesehatan mental juga berkaitan dengan bagaimana individu mengontrol emosinya, bagaimana individu berhubungan dengan orang lain, kemampuan menyesuaikan diri, serta bagaimana individu mengambil keputusan. Kesehatan mental yang dimiliki oleh masing-masing individu berbeda,

karena dipengaruhi oleh peristiwa yang sudah dilaluinya. Banyak orang yang pada waktu tertentu mengalami masalah pada kesehatan mental mereka. Di dalam buku *Mental Hygiene*, kesehatan mental berkaitan dengan beberapa hal. *Pertama*, bagaimana seseorang memikirkan, merasakan, dan menjalani kesehariannya. *Kedua*, bagaimana seseorang memandang diri sendiri dan orang lain. *Ketiga*, bagaimana seseorang mengevaluasi berbagai alternatif solusi dan bagaimana mengambil keputusan terhadap keadaan yang dihadapi (Fakhriyani, 2019).

Center Public of Mental Health Fakultas Psikologi UGM (2020) di dalam artikelnya menyebutkan bahwa WHO memperjelas ada 4 kriteria utama seseorang bisa disebut sehat secara mental, yaitu mengenal potensi diri, mampu mengatasi stress sehari-hari dengan baik, produktif, dan bermanfaat bagi orang lain. WHO juga mengatakan bahwa kesehatan mental merupakan keadaan sejahtera secara fisik, mental, dan sosial, bukan hanya ketidakhadiran suatu penyakit, yang meliputi penilaian subjektif terhadap kesejahteraan psikologis, efikasi diri, otonomi, dan aktualisasi diri seorang individu.

Kesehatan Mental ini adalah keadaan dimana seseorang terhindar dari gejala-gejala penyakit jiwa dan gangguan jiwa. Menurut *yankes.kemkes .go.id* (2022) Gangguan Mental atau yang bisa disebut *mental illness* adalah kondisi kesehatan yang mempengaruhi pikiran, perasaan, perilaku, suasana hati atau kombinasi diantara keempat hal tersebut. Gangguan kesehatan mental tersebut bisa ringan hingga parah, yang dapat mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menjalani kesehariannya.

Kemudian terdapat sebuah teori yang membahas tentang cara membentuk kesejahteraan psikologis individu agar sehat secara mental. Teori tersebut adalah *Six Model of psychological well-being* yang di dikemukakan oleh seorang Psikolog asal Amerika bernama Carol Ryff. Jadi kesejahteraan psikologis individu bisa menjadi kunci dari kesehatan mental. Hal tersebut juga dikatakan oleh Nawantara (2022) dalam artikelnya bahwa *Psychological Well Being* atau kesejahteraan psikologis adalah kunci dalam kesehatan mental yang nantinya juga berpengaruh terhadap kesehatan fisik. Carol Ryff mengatakan bahwa teorinya memiliki 6 aspek yaitu *Personal Growth* (Pengembangan Pribadi), *Self-acceptance* (penerimaan diri), *Autonomy* (Otonomi), *Environmental Mastery* (Penguasaan lingkungan), *Positive Relationships* (Hubungan positif), dan *Purpose in Life* (tujuan hidup).

Dari penjelasan diatas mungkin bisa kita simpulkan bahwa kesehatan mental adalah suatu keadaan dimana seseorang mampu mengelola emosi, tindakan, dan perilakunya sehari-hari secara sadar. Tetapi bukan berarti seseorang yang tidak mampu mengelola hal tersebut tidak bisa langsung dikatakan memiliki gangguan mental. Seseorang bisa dikatakan memiliki gangguan mental jika menunjukkan gejala-gejala yang sebelumnya disebutkan dan sudah didiagnosis oleh tenaga ahli. Karena hanya tenaga ahli yang bisa mendiagnosis gangguan mental seperti apa yang dialami oleh seseorang.

## **F. KERANGKA KONSEP**

### **1. Youtube**

Youtube yang merupakan bagian dari *new media*. Youtube adalah media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia di abad 21 ini. Data dari social We Are Social yang dikutip dari *dataindonesia.id* (2023) menyebutkan bahwa pengguna *youtube* di dunia pada Januari 2023 adalah sebanyak 2,51 miliar jiwa. Dari jumlah total tersebut, Indonesia menyumbang sebanyak 139 juta jiwa pengguna. Walaupun termasuk *new media*, youtube bisa masuk ke segala jenis komunikasi. Sekarang tergantung bagaimana cara kita menggunakannya, apakah untuk *one to one*, *one to many*, *many to many*, atau *many to one* (karakteristik *new media*). Youtube masih memiliki karakteristik sama dengan *media lama* yaitu pada bagian penyebaran pesan yang bersifat *one to many*. Karena itu teori S-O-R yang muncul di era media lama sekiranya masih bisa digunakan untuk melihat efek dari youtube terhadap khalayak. Penelitian ini akan melihat efek dari konten channel youtube Satu Persen Life School yang pada bulan Juli 2023 sudah memiliki *subscribers* sebanyak 2,89 juta.

### **2. Sehat Mental**

Pengertian sehat mental disini adalah pengertian menurut satu persen yaitu suatu keadaan dimana seseorang merasa sejahtera, baik secara psikologis, emosional, maupun sosial (*Satupersen*, 2023). Untuk mencapai sehat secara mental menurut satu persen dapat dilakukan dengan mengikuti panduan #hidupseutuhnya oleh satu persen. Hidupseutuhnya berarti hidup

tidak hanya sekedar sehat secara fisik, tetapi juga sehat secara mental dan finansial. Jadi panduan menuju #hidupseutuhnya juga bisa dikatakan sebagai panduan menuju sehat mental. Panduan tersebut akan diidentifikasi dari beberapa video yang sudah peneliti pilih dalam rentang waktu Januari 2023 sampai Maret 2023. Video tersebut adalah video tanggal 3 Januari, 22 Januari, 27 Januari, 20 Februari, 2 Maret, 9 Maret, dan 20 Maret. Berikut adalah rangkuman isi atau pesan utama dalam konten yang sudah dipilih.

1. Mempunyai *support system* dan menghindari hubungan toxic
2. Tidak membandingkan diri dengan orang lain di media sosial.
3. Menuangkan pemikiran yang berlebih (*overthinking*) ke dalam tulisan
4. Tidak takut takut dibenci (tapi untuk sesuatu hal yang memberikan impact baik)
5. fokus pada sesuatu yang bisa dikontrol.
6. sesuaikan ekspektasi dengan kemampuan atau kenyataan (realistis)
7. Tentukan tujuan hidupmu, buat *life planning*.
8. Belajar mengelola keuangan
9. Belajar mengendalikan emosi
10. Kenali diri sendiri

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yaitu Intensitas Menonton (X1) sebagai variabel bebas, Pengetahuan Sehat Mental (X2) sebagai variabel antara dan Perilaku Sehat Mental (Y) sebagai variabel tetap.

### **3. Intensitas Menonton**

Intensitas menurut Ajzen (dalam Frisnawati, 2012), intensitas yaitu suatu tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu (durasi) dan memiliki jumlah volume tindakan (frekuensi) dikatakan memiliki intensitas. Kemudian dalam Ramdhini & Fatoni (2020) disebutkan bahwa menentukan intensitas dapat ditentukan oleh penggunaan media, frekuensi penggunaan media, dan durasi seseorang. Jadi indikator dari intensitas menonton adalah

- a. Frekuensi, merupakan pengulangan menonton tayangan. Dalam penelitian ini diukur dengan seberapa banyak video yang ditonton, berapa hari dalam seminggu subscribers menonton konten, dan berapa kali menonton konten yang sama.
- b. Durasi, waktu yang dibutuhkan individu untuk menonton tayangan. Dalam penelitian ini akan diukur dengan seberapa lama waktu yang dibutuhkan oleh subscribers menonton konten-konten satu persen dan apakah subscribers menonton konten sampai habis.
- c. Atensi, menunjukkan tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam mengakses pesan dari media. Apakah pada saat menonton konten, subscribers terlibat dengan kegiatan lain atau hanya fokus menonton. Apakah pada saat ada distraksi penonton tetap fokus atau tidak.

### **4. Pengetahuan Sehat Mental**

Yang dimaksud dengan pengetahuan sehat mental adalah informasi tentang kesehatan mental yang dimiliki oleh seseorang. Pengertian sehat

mental dalam penelitian ini sudah dijelaskan di atas. Jadi pengukuran akan dilakukan dengan memberikan pertanyaan terkait 10 poin sehat mental di atas. Kemudian dilakukan penilaian nilai 1 untuk jawaban benar dan nilai 0 untuk jawaban salah. Menurut Nursalam dalam (Lestari & Solikah, 2022) pengetahuan seseorang dapat didasarkan pada nilai persentase, yaitu :

1. Pengetahuan Baik : 76 % - 100 %
2. Pengetahuan Cukup: 56 % - 75 %
3. Pengetahuan Kurang : < 56 %

## **5. Perilaku Sehat Mental**

Pengertian perilaku sehat mental yang dimaksud adalah tindakan atau perbuatan yang dapat menjaga dan mencapai sehat mental. Dalam Novarianing & Suharni (2021) terdapat tiga jenis dimensi perilaku, yaitu durasi, frekuensi, dan intensitas. Dalam penelitian ini hanya akan melihat frekuensi tindakan sehat mental yang dilakukan oleh subscribers satu persen dalam kurun waktu 1 bulan. Jadi tindakan sehat mental yang akan diukur adalah 10 point pesan utama dalam konten youtube satu persen yang sudah disebutkan di atas. Apakah subscribers selalu atau tidak pernah sama sekali melakukan tindakan sehat mental tersebut.

Penelitian ini dilihat dengan menggunakan teori S-O-R yang didukung dengan teori efek media. Video atau konten youtube dari satu persen adalah Stimulus (S); Penonton konten satu persen adalah Organisme

(O); dan Perilaku Sehat Mental dari penonton satu persen adalah Response ( R ). Berikut adalah gambar hubungan antar variabel dalam penelitian ini

**GAMBAR 1. 3**  
Hubungan Antar Variabel dalam Penelitian



Sumber: olahan peneliti (2023)

## G. HIPOTESIS

Hipotesis adalah jawaban sementara yang bersifat praduga dan masih perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan definisi konsep yang sudah dipaparkan. Terdapat 2 jenis hipotesis yaitu hipotesis teoritik dan hipotesis penelitian.

### 1. Hipotesis Teoritik

H1: Ada Pengaruh Intensitas Menonton Terhadap Tingkat Pengetahuan

H2: Ada Pengaruh Tingkat Pengetahuan terhadap Perilaku Sehat Mental

### 2. Hipotesis Penelitian

H1: Semakin tinggi intensitas menonton konten satu persen semakin tinggi tingkat pengetahuan.

H2: Semakin tinggi tingkat pengetahuan semakin sering melakukan tindakan sehat mental.

## H. DEFINISI OPERASIONAL

**TABEL 1. 1 INDIKATOR**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel X1 Intensitas Menonton	Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- seberapa banyak video yang ditonton,</li> <li>- berapa hari dalam seminggu subscribers menonton konten</li> <li>- berapa kali menonton konten yang sama.</li> </ul>	Likert (1-4)
	Durasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- berapa lama waktu yang dibutuhkan oleh subscribers menonton konten-konten satu persen dan</li> <li>- apakah subscribers menonton konten sampai habis.</li> </ul>	
	Atensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apakah pada saat menonton konten, subscribers terlibat dengan kegiatan lain atau hanya fokus menonton.</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apakah pada saat ada distraksi penonton tetap fokus atau tidak.</li> </ul>	
<b>Variabel X2</b>  Tingkat Pengetahuan Sehat Mental		<p>Seberapa banyak pengetahuan yang dimiliki oleh subscriber. Pengukuran akan dilakukan dengan memberikan pertanyaan terkait 10 poin sehat mental di atas. Kemudian dilakukan penilaian nilai 1 untuk jawaban benar dan nilai 0 untuk jawaban salah.</p> <p><b>Ukuran:</b>  Pengetahuan Baik : 76 % - 100 %  Pengetahuan Cukup: 56 % - 75 %  Pengetahuan Kurang : &lt; 56 %</p>	Skala Guttman (0-1)
<b>Variabel Y</b>  Perilaku Sehat Mental	Frekuensi Tindakan Sehat Mental	<p>Banyak tindakan sehat mental yang dilakukan dalam periode waktu 1 bulan. Tindakan sehat mental tersebut adalah sesuai dengan 10 poin sehat mental di atas yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempunyai <i>support system</i> dan menghindari hubungan toxic</li> <li>- Tidak membandingkan diri dengan orang lain di media sosial.</li> <li>- Menuangkan pemikiran yang berlebih (<i>overthinking</i>) ke dalam tulisan</li> <li>- Tidak takut takut dibenci (tapi untuk sesuatu hal yang memberikan impact baik)</li> </ul>	Skala Likert (1-4)

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- fokus pada sesuatu yang bisa dikontrol.</li> <li>- sesuaikan ekspektasi dengan kemampuan atau kenyataan (realistis)</li> <li>- Tentukan tujuan hidupmu, buat <i>life planning</i>.</li> <li>- Belajar mengelola keuangan</li> <li>- Belajar mengelola emosi</li> <li>- Kenali diri sendiri</li> </ul>	
--	--	--	--

## I. METODOLOGI PENELITIAN

### 1. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei dengan pendekatan asosiatif. Menurut Suryati (2013), survei dengan pendekatan asosiatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis. Demikian juga yang dikatakan oleh Sugiyono (2019), bahwa metode survei asosiatif adalah metode yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara 2 variabel atau lebih.

Metode Survei Asosiatif ini peneliti pilih karena peneliti ingin mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel tetap dengan mempertimbangkan variabel antara. Dalam penelitian ini variabel tersebut adalah intensitas menonton (X1) sebagai variabel tetap, Tingkat Pengetahuan (X2) sebagai variabel antara, dan Perilaku (Y) sebagai variabel tetap.

## **2. Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang data-datanya berupa angka yang akan diukur atau dihitung menggunakan statistik. Data-data tersebut tentunya berkaitan dengan tujuan penelitian yang nantinya akan membantu peneliti dalam menarik kesimpulan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, karena menggunakan metode survei asosiatif.

Kriyantono (2014) menyebutkan bahwa jenis penelitian kuantitatif eksplanatif ini bukan hanya menggambarkan fenomena yang terjadi, tetapi juga menjelaskan apa yang mempengaruhi fenomena tersebut. Artinya peneliti akan mencari hubungan antara variabel-variabel yang ada. Penulis juga diharuskan membuat hipotesis awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Kemudian Sugiyono (2019) mengatakan bahwa strategi penelitian asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang memiliki bertujuan untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

## **3. Jenis Data dan Sumber Data**

Data yang akan diperoleh dalam penelitian ini akan berbentuk angka. Sugiyono (2019) mengatakan bahwa data data yang berbentuk angka atau diangkakan merupakan data kuantitatif. Terdapat dua sumber data yaitu primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh langsung dari sumber pertama tanpa adanya perantara, misalnya

data hasil wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner. Jadi para subscribers youtube satu persen merupakan sumber dari data primer.

#### 4. Pengumpulan Data

##### a. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang merupakan alat untuk mendapatkan sumber data primer. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana peneliti sudah memberikan alternatif jawaban dan responden hanya perlu memilih jawaban. Kuesioner akan dibagikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria peneliti yaitu mengikuti (*subscribe*) channel youtube Satu Persen.

Bentuk dari kuesioner ini adalah *online* kuesioner yang dibuat dengan menggunakan fitur *google form*. Jadi proses penyebaran kuesioner nantinya bisa dilakukan langsung lewat internet. Seperti misalnya membagikan di komunitas online satu persen, kolom komentar konten youtube, dan kepada grup WA.

##### b. Teknik Sampling

Populasi dari penelitian ini adalah *subscribers youtube* satu persen yaitu sebanyak 2,82 juta *subscribers*. Kemudian untuk teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive*

*sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan sesuai dengan kriteria peneliti (Sugiyono, 2019).

Kriteria peneliti adalah

- 1) Subscribers youtube satu persen
- 2) Setidaknya sudah menonton lebih dari 7 video youtube satu persen dalam periode waktu Januari sampai Maret 2023.

Penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus slovin yang batas toleransi kesalahannya sebesar 10%. Rumus ini akan digunakan untuk mengukur *error sampling* yang merupakan angka batas toleransi kesalahan sampel (Sugiyono, 2019). Berikut adalah perhitungan sampel pada penelitian ini menggu

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n.$$

Keterangan n: jumlah sampel

N: populasi sampel

e: batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{2.820.000}{1 + \{2.820.000 (0,1 \times 0,1)\}}$$

$$n = \frac{2.820.000}{1 + \{2.820.000 (0,01)\}}$$

$$n = \frac{2.820.000}{1 + 28.200}$$

$$n = \frac{2.820.000}{28.201}$$

$n = 99,99 \rightarrow$  dibulatkan menjadi 100

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

## 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian instrumen dilakukan agar mendapatkan kualitas data penelitian yang baik. Karena baik buruknya kualitas instrumen penelitian akan berpengaruh terhadap kualitas data yang diperoleh. Pengujian dilakukan dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Purwanto, 2018).

### a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah pengujian untuk mengetahui ketepatan sebuah tes dalam mengukur suatu hal yang diukur. Pengujian ini menggunakan teknik analisis korelasi *product moment pearson*, yang hasilnya diperoleh dari hasil korelasi tiap skor item variabel jawaban dari p  $r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$  al variabel yang akan dihitung menggunakan rumus berikut:

keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi product moment

$n$  : Banyaknya sampel

$\sum X$  : Jumlah skor tiap item pertanyaan variabel X

$\sum Y$  : Jumlah skor tiap item pertanyaan variabel Y

Pada penelitian ini, taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5%, dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan seperti berikut ini:

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka pernyataan dapat dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka pernyataan dapat dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan di dalam penelitian.

**TABEL 1. 2**

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Intensitas Menonton (X1)

Indikator		R Hitung	R Tabel	Hasil	
FRE.1	Dalam sehari, berapa kali anda menonton konten youtube satu persen?	0.787	0.197	Valid	Signifikan
FRE.2	Saya menonton konten-konten satu persen setiap harinya	0.519	0.197	Valid	Signifikan
FRE.3	Setelah habis menonton 1 video satu persen, saya tidak pernah menonton video yang sama lagi	0.684	0.197	Valid	Signifikan
FRE.4	Saya menonton 1 video yang sama setiap harinya untuk motivasi atau reminder diri	0.554	0.197	Valid	Signifikan
DUR.1	Berapa waktu yang anda habiskan untuk menonton konten satu persen ?	0.740	0.197	Valid	Signifikan

DUR.2	Saya selalu menonton video satu persen sampai habis	0.529	0.197	Valid	Signifikan
DUR.3	Saat menonton konten satu persen saya sering beralih ke video lainnya, walaupun video sebelumnya belum selesai	0.508	0.197	Valid	Signifikan
ATE.1	Saya akan pause video jika ada sesuatu yang mengganggu, misalnya suara motor atau orang sekitar	0.579	0.197	Valid	Signifikan
ATE.2	Saya melihat dan atau mendengarkan konten satu persen sambil melakukan kegiatan lainnya, misalnya makan atau bersih-bersih kamar	0.567	0.197	Valid	Signifikan

*Sumber: Data primer olahan peneliti (2023)*

**TABEL 1.3**

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Pengetahuan (X2)

Indikator		R Hitung	R Tabel	Hasil	
PENG 1	Mengenal diri sendiri dan menerima kekurangan dapat membuat mental lebih sehat	0.788	0.197	Valid	Signifikan
PENG 2	Mental akan lebih sehat jika kita bisa mengontrol emosi yang kita rasakan	0.776	0.197	Valid	Signifikan
PENG 3	Merencanakan hidup baik jangka panjang maupun jangka pendek adalah salah satu tindakan yang dapat menjaga kesehatan mental kita	0.491	0.197	Valid	Signifikan

PENG 4	Membuat rencana hidup (life planning) bukan salah satu tindakan sehat mental menurut satu persen	0.712	0.197	Valid	Signifikan
PENG 5	Berani mengatakan tidak pada sesuatu hal yang tidak disukai dapat membuat mental lebih sehat (B)	0.494	0.197	Valid	Signifikan
PENG 6	Berusaha untuk disukai oleh banyak orang adalah tindakan yang dapat membuat mental lebih sehat	0.718	0.197	Valid	Signifikan
PENG 7	Lebih fokus pada masalah dapat menjaga kesehatan mental	0.696	0.197	Valid	Signifikan
PENG 8	Mental akan lebih sehat jika kita lebih fokus pada solusi daripada memikirkan masalah yang sedang dialami	0.548	0.197	Valid	Signifikan
PENG 9	Menyesuaikan kemampuan dan ekspektasi (harapan) adalah salah satu tindakan sehat mental	0.595	0.197	Valid	Signifikan
PENG 10	Mempersiapkan diri untuk segala kemungkinan (baik maupun buruk) dapat menjaga kesehatan mental	0.659	0.197	Valid	Signifikan
PENG 11	Memiliki support system atau orang terdekat yang selalu memberikan dukungan tidak terlalu penting untuk kesehatan mental	0.512	0.197	Valid	Signifikan
PENG 12	Membatasi hubungan dengan lingkungan yang toxic dapat menjaga kesehatan mental	0.633	0.197	Valid	Signifikan
PENG 13	Mental akan lebih sehat jika kita berhenti membandingkan diri dengan orang lain di media sosial	0.423	0.197	Valid	Signifikan

PENG 14	Selalu mengikuti tren di media sosial dapat membuat mental lebih sehat	0.377	0.197	Valid	Signifikan
PENG 15	Saat mengalami overthinking, menulis adalah salah satu cara untuk mengatasinya	0.369	0.197	Valid	Signifikan
PENG 16	"Menikmati" perasaan galau dan overthinking dapat membuat mental lebih sehat	0.587	0.197	Valid	Signifikan
PENG 17	Bercerita dengan orang terdekat dapat menjaga kesehatan mental.	0.743	0.197	Valid	Signifikan
PENG 18	Belajar mengatur keuangan (finansial) adalah salah satu tindakan yang dapat menjaga kesehatan mental	0.777	0.197	Valid	Signifikan

Sumber: Data primer olahan peneliti (2023)

**TABEL 1. 4**  
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Perilaku

Indikator		R Hitung	R Tabel	Hasil	
PSM.1	Saat merasa hubungan sudah tidak sehat (toxic), saya berusaha untuk meminimalisir interaksi dengan hubungan tersebut	0.594	0.197	Valid	Signifikan
PSM.2	Saya berfikir bahwa saya tidak harus sama dengan orang lain	0.579	0.197	Valid	Signifikan
PSM.3	Saya menulis atau bercerita dengan teman saat merasa overthinking atau kesepian	0.646	0.197	Valid	Signifikan
PSM.4	Walaupun harus dibenci, saya menolak sesuatu jika memang saya tidak mau (contoh: teman minta	0.612	0.197	Valid	Signifikan

	tolong, teman ingin pinjam uang).				
PSM.5	Saat menghadapi masalah, saya fokus pada apa yang bisa saya lakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut	0.704	0.197	Valid	Signifikan
PSM.6	Saat mengharapkan sesuatu, saya menyesuaikannya dengan kemampuan saya	0.650	0.197	Valid	Signifikan
PSM.7	Saya membuat rencana kegiatan setiap harinya ( daily planner )	0.593	0.197	Valid	Signifikan
PSM.8	Saya mengevaluasi rencana jangka panjang saya secara berkala	0.706	0.197	Valid	Signifikan
PSM.9	Saya mengatur keuangan saya, baik pemasukan maupun pengeluaran.	0.625	0.197	Valid	Signifikan
PSM.10	Saya melakukan intropeksi diri (merenung untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan diri)	0.720	0.197	Valid	Signifikan

Sumber: Data primer olahan peneliti (2023)

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan instrumen yang konsisten dalam mengukur variabel yang diamati berkali-kali dalam kurun waktu yang berbeda sekalipun (Sugiyono, 2019). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Cronbach's Alpha*. Jika hasil uji menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,600, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian adalah reliabel dan dapat

digunakan untuk penelitian (Ghozali, 2009). Instrumen dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

**TABEL 1. 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Intensitas Menonton, Pengetahuan, dan Perilaku**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Nilai kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Intensitas Menonton	0.870	0.6	Reliabel
Pengetahuan	0.886	0.6	Reliabel
Perilaku	0.839	0.6	Reliabel

*Sumber: Data primer olahan peneliti, 2023*

## **6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti antara lain:

### **a. Analisis Deskriptif**

Sugiyono (2019) memaparkan bahwa analisis deskriptif merupakan analisis data dengan mendeskripsikan ataupun menggambarkan data yang telah didapatkan peneliti sesuai dengan yang didapatkan dan sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang bersifat generalisasi atau berlaku untuk umum. Metode statistik deskriptif ini yaitu mean, median, frekuensi, mode, range, dan standar deviasi.

### **b. Regresi Sederhana**

Analisis regresi sederhana menurut Sugiyono (2019) adalah persamaan regresi untuk meneliti hubungan antara satu variabel

bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependent). Menurut

Sugiyono, rumus analisis regresi sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y = nilai variabel terikat , a = konstanta , b = koefisien regresi , X = nilai variabel bebas.

