

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini penggunaan internet telah berkembang pesat menjadi sedemikian besar dan telah menyerap ke dalam hampir keseluruhan aspek kehidupan masyarakat baik dari aspek sosial, pendidikan, ekonomi, perdagangan, kesehatan, hingga hiburan. Greenlaw dan Hepp (2002) mendefinisikan internet sebagai sebuah sistem data global yang terhubung secara akurat melalui *address* yang unik secara global yang memfasilitasi kegiatan komunikasi secara digital dan dapat diakses baik secara universal maupun khusus.

Berdasarkan laporan digital pada awal tahun 2021 yang dilansir oleh *Hootsuite (We Are Social)*, pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai angka 4,66 miliar dan setiap tahun jumlah pengguna dinyatakan terus meningkat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa seiring berjalannya waktu, internet telah menjadi salah satu penunjang utama dalam hal kebutuhan masyarakat modern terutamanya sebagai alat penyampaian informasi serta media komunikasi. Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah *smartphone*, serta fasilitas yang tersedia sebagai wadah berkomunikasi pun semakin luas setelah kehadiran *smartphone*. (Setiadi, 2016)

Di Indonesia khususnya, akses internet saat ini sudah menjangkau ke seluruh wilayah Indonesia. Menurut hasil laporan *Hootsuite* tersebut menunjukkan bahwa penetrasi pengguna Internet di Indonesia berjumlah 73,7% dari total populasi sebanyak 274,9 juta penduduk. Maka dari jumlah tersebut, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 202,6 juta pengguna.

Berkembang pesatnya penggunaan internet ini sebanding dengan kesadaran masyarakat akan media baru.

Lister et al. (2009: 13) berpendapat bahwa istilah utama mengenai media baru adalah bersifat digital, interaktif, hipertextual, virtual, berjaringan dan tersimulasi. Media massa yang pada awalnya hanya berupa media konvensional dan media cetak, kini telah memunculkan generasi media massa yang baru yaitu *new media*. Dengan kehadiran media berbasis digital ini sangat memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai macam informasi yang dibutuhkan, ditambah lagi saat ini hampir setiap individu mulai dari remaja hingga dewasa sudah memiliki *smartphone* di mana informasi digital dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Hal ini yang menjadi salah satu faktor utama akibat terjadinya pergeseran media, yang berawal dari media konvensional menjadi media *online*. Dari hasil kombinasi antara perkembangan teknologi dan komunikasi ini memunculkan istilah media sosial.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010: 68-69) media sosial adalah serangkaian aplikasi berbasis internet yang didirikan berdasarkan pemikiran dan teknologi dari Web 2.0, dan menguatkan pembentukan alat komunikasi dari pengguna internet. Media sosial merupakan simbol dari teknologi digital yang digunakan oleh berbagai kelompok individu sebagai sarana untuk berinteraksi satu sama lain, mengembangkan jaringan sosial dan melakukan pertukaran informasi secara daring. Penggunaan media sosial di Indonesia tidak hanya di kota-kota besar tetapi juga hingga ke pelosok daerah. Berdasarkan laporan digital dari *Hootsuite (We Are Social)* periode Januari 2021, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 170 juta dari populasi 274,9 juta penduduk. Jika dilihat dari statistik pengguna media sosial aktif di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2021 terjadi peningkatan lebih dari 6,3%, maka diperkirakan sebanyak 10 juta pengguna. Masyarakat Indonesia terbilang sangat aktif mengakses internet dengan rata-rata penggunaannya selama 8 jam, 52 menit per hari, dan 3 jam 41 menit penggunaannya untuk mengakses layanan media sosial melalui perangkat apapun. Seiring dengan kemudahan akses internet yang semakin luas jangkauannya, penggunaan media sosial di kalangan masyarakat juga akan terus meningkat. Di samping

itu, kemampuan untuk mengakses media sosial melalui aplikasi mudah alih (*mobile web*) merupakan faktor pendorong dalam kemajuan media sosial (Destiana et al., 2013: 128).

Beragamnya platform serta fitur dan kemudahan yang tersedia di media sosial membuat masyarakat Indonesia menghabiskan waktu setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Adapun platform media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia menurut laporan yang sama dari *Hootsuite* adalah Youtube dengan 93,8% dari jumlah populasi, Whatsapp 87,7%, Instagram 86,6%, dan Facebook 85,5%. Keempat platform media sosial tersebut memiliki kekhasan tersendiri yang mana membuat mereka sangat populer di kalangan masyarakat. Seperti contohnya Instagram yang berada di urutan ketiga, merupakan aplikasi berbasis *mobile* yang terkenal sebagai platform khusus untuk mengunggah foto atau gambar secara instan serta membagikannya ke berbagai media sosial lain. Instagram pada dasarnya lebih menarik pengguna yang rata-rata dari kalangan muda. Hal ini disebabkan pengguna ponsel atau *smartphone* dari kalangan muda cenderung lebih tertarik untuk berbagi gambar dengan teman-teman dan kelompok pengguna yang lebih luas yang memiliki minat yang sama sebagai alat komunikasi daripada hanya menggunakan teks. Namun demikian, Instagram saat ini tidak hanya menjangkau kaum muda atau remaja saja. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *Napoleon Cat* periode Januari-Agustus 2021, pengguna Instagram didominasi oleh golongan usia produktif yaitu 18-34 tahun atau biasa disebut sebagai generasi milenial.

Meskipun Instagram pada awalnya hanya terkenal sebagai platform visual dengan tujuan utamanya untuk berbagi foto dan video, kenyataannya saat ini bahkan banyak sekali akun-akun Instagram yang dibuat khusus untuk menyebarkan berbagai macam informasi sebagai konsumsi publik sehari-hari khususnya generasi milenial, sehingga golongan ini cenderung lebih mengandalkan media sosial Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi. Mudahnya cara penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi

kebutuhannya (Ayutiani dan Putri, 2018: 43), salah satunya adalah informasi seputar kesehatan mental.

Kesehatan mental merupakan suatu bagian dari kepentingan setiap individu sama halnya dengan kesehatan fisik pada umumnya. Menurut *World Health Organization* (WHO 2017), estimasi angka penderita gangguan jiwa di seluruh dunia saat ini sekitar 450 juta jiwa. Depresi dan kecemasan merupakan gangguan jiwa umum dengan prevalensi yang paling tinggi. Dari seluruh dunia, jumlah penderita kecemasan mencapai lebih dari 200 juta jiwa sementara itu penderita depresi sebanyak 322 juta jiwa. Berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas, 2018) kasus gangguan jiwa di Indonesia meningkat. Adapun peningkatan ini terlihat dari prevalensi rumah tangga yang memiliki ODGJ di Indonesia. Per 1000 rumah tangga terdapat 7 rumah tangga dengan ODGJ, sehingga estimasi jumlahnya adalah sekitar 450 ribu ODGJ berat.

Di Indonesia, pengetahuan mengenai kesehatan mental masih terbilang sangat rendah. Masyarakat Indonesia justru belum menyadari seberapa pentingnya memperhatikan kesehatan mental. Masalah-masalah terkait kesehatan mental cenderung memberikan stigma negatif dan bahkan masih ada yang memiliki pemikiran bahwa gangguan mental itu terjadi disebabkan oleh kerasukan roh jahat dan sering dijuluki sebagai orang gila. Hal ini telah dibuktikan oleh penelitian dari *Human Rights Watch* yang mengangkat isu kasus pemasungan di Indonesia. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa lebih dari 57 ribu penyandang disabilitas psikososial telah dirantai atau dikunci di ruang tertutup setidaknya sekali dalam seumur hidup mereka.

Meskipun pemerintah Indonesia telah melarang pemasungan pada tahun 1977, kenyataannya keluarga, tabib tradisional, dan pekerja di institusi terus membelenggu penyandang disabilitas psikososial dalam beberapa kasus selama bertahun-tahun (*Human Rights Watch*, 2019). Penanganan yang buruk itu dapat menjadi indikasi akan kurangnya layanan dukungan yang memadai termasuk fasilitas kesehatan mental dan ditambah stigma yang masih meluas disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai kesehatan mental. Oleh karena itu, sudah seharusnya masyarakat diberikan pemahaman serta edukasi

tentang kesehatan mental agar meminimalisir angka penanganan buruk terhadap penderita gangguan jiwa dan juga sebagai upaya menghilangkan stigma-stigma negatif di benak masyarakat.

Terlebih lagi, sejak munculnya pandemi COVID-19 gangguan kondisi kesehatan mental masyarakat di Indonesia meningkat tajam. Menurut sebuah penelitian dari SurveyMETER di akhir Mei tahun 2020 menunjukkan bahwa tingkat kecemasan dan depresi penduduk Indonesia pada masa pandemi COVID-19 tinggi yaitu 55% mengalami gangguan kecemasan dan 58% mengalami gangguan depresi. Selain itu, menurut penelitian yang disusun oleh Departemen Advokasi dan Kajian Strategis BEM KM FKG UGM 2020 mengenai isu kesehatan mental di era pandemi ini mengatakan bahwa aktivitas seperti karantina, isolasi mandiri, dan menjaga jarak mempunyai efek terhadap kesehatan psikologis seseorang serta memunculkan reaksi seseorang terhadap pandemi itu sendiri. Meningkatnya rasa kesepian dan berkurangan interaksi sosial dapat menjadi faktor risiko gangguan mental dari yang ringan hingga berat.

Maka dari itu, media sosial khususnya Instagram mempunyai peranan yang sangat besar dalam menyebarkan informasi mengenai kepentingan menjaga dan menambah pemahaman terhadap kesehatan mental agar terjangkau ke khalayak masyarakat secara lebih luas serta menyediakan konten yang dapat meningkatkan kestabilan kondisi kesehatan mental masyarakat. Saat ini sudah banyak perusahaan atau platform yang memanfaatkan media sosial khususnya Instagram untuk menyediakan informasi dan konten terkait hal tersebut. Salah satu perusahaan yang memelopori kesadaran terhadap kesehatan mental adalah PT. Riliv Psikologi Indonesia. Riliv merupakan platform psikologi berbasis digital yang memberikan layanan meditasi serta konseling dengan psikolog profesional secara *online*. Riliv sangat aktif memberikan konten-konten berkaitan dengan permasalahan psikologis yang bersifat informatif dengan harapan untuk membantu penggunanya memenuhi kebutuhan psikologis.

Selain melayani penggunanya melalui aplikasi, Riliv memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media untuk berkomunikasi dua arah dengan

*followersnya* agar membangun hubungan dan kepercayaan *followers* yang mengkonsumsi konten Riliv di media sosial Instagram. Namun, Riliv bukan satu-satunya platform psikologi yang menggunakan media sosial Instagram untuk membagikan konten kesehatan mental. Adapun platform sejenis Riliv ini adalah Ibunda. Sama seperti Riliv, platform Ibunda juga secara aktif mengunggah konten kesehatan mental yang beragam melalui akun Instagram resminya. Berikut adalah Instagram *Feeds* akun Instagram @Riliv dan @Ibunda.id:

**Gambar 1. Instagram Feeds @Riliv dan @Ibunda.id**



Sumber: Akun Instagram @Riliv dan @Ibunda.id (November 2021)

Dari kedua akun Instagram di atas, dapat terlihat perbedaan dari tampilan visual di antara @Riliv dengan @Ibunda.id. Konten @Riliv cenderung lebih menggunakan animasi dalam menggambarkan isi pesan di dalam kontennya, sedangkan @Ibunda.id menggabungkan animasi dengan gambar asli. Terlepas dari sisi visual konten @Riliv dan @Ibunda.id, isi pesan pada konten yang diunggah tidaklah berbeda jauh. Contoh konten pada akun Instagram kedua platform tersebut mencakup konten permasalahan sehari-hari, tips mengatasi kondisi kesehatan mental tertentu, *quotes*, artikel, dan lain-lain.

Meskipun jenis konten yang ada pada akun Instagram @Riliv dan @Ibunda.id tidak jauh berbeda, pengguna media sosial Instagram lebih memilih untuk mengikuti akun @Riliv yang mana terbukti dari jumlah pengikutnya yang lebih banyak dibandingkan @Ibunda.id yaitu lebih dari 300 ribu *followers*. Keadaan ini dapat menjadi indikasi bahwa masyarakat memperoleh kepuasan yang dicari melalui akun media sosial Instagram @Riliv. Berdasarkan faktor tersebut, menimbulkan pertanyaan bagi peneliti, yaitu apakah terdapat pengaruh penggunaan media pada akun Instagram @Riliv terhadap kepuasan *followers*.

Penggunaan media sendiri tidak terlepas dari proses komunikasi massa yang berlangsung di mana suatu pesan yang terdapat pada media dikonsumsi oleh khalayak. Proses tersebut akan menimbulkan sebuah efek. Efek ini dikaitkan dengan perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri khalayak pengguna media akibat keterpaparan pesan-pesan media. David Berlo (dalam Wiryanto, 2000: 39) mengklasifikasikan efek atau perubahan dalam ranah pengetahuan, sikap dan perilaku nyata. Perubahan perilaku biasanya didahului oleh perubahan sikap, dan perubahan sikap biasanya didahului oleh perubahan pengetahuan.

Adanya keterkaitan efek pesan media dengan pemenuhan kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan terletak pada pengguna media yang mana dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @Riliv. Menurut Sven Windhal (1979) dalam teorinya “*uses and effects*”, hal yang membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak isi media untuk memenuhi kebutuhan agar mendapat kepuasan adalah dari karakteristik individu itu sendiri serta harapan dan persepsinya terhadap media tersebut.

Dari permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti akan mengukur pengaruh variabel penggunaan media ( $X_1$ ) dan variabel efek pesan ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan *followers* (Y). Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk mengambil judul “Pengaruh Penggunaan Media dan Efek Pesan Pada Akun Instagram Platform Psikologi *Online* @Riliv Terhadap Kepuasan *Followers*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram platform psikologi *online* @Riliv terhadap kepuasan *followers* dan seberapa besar pengaruh tersebut?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram platform psikologi *online* @Riliv terhadap kepuasan *followers* dan seberapa besar pengaruh tersebut.

Adapun tujuan praktis dan teoritis penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Tujuan Praktis

- a) Untuk menjadi bahan pertimbangan dalam upaya pemecahan masalah yang berhubungan dengan penggunaan media sosial terhadap kebutuhan khalayak masyarakat.
- b) Untuk menambah wawasan sehingga media sosial dapat digunakan dalam upaya menambah informasi dan pengetahuan khususnya mengenai kesehatan mental.

### 2) Tujuan Teoritis

- a) Untuk menjadi bahan masukan dan juga dapat memberikan kontribusi ilmiah pada kajian tentang berbagai macam penggunaan media sosial, khususnya yang berfokus pada penggunaan platform kesehatan mental seperti yang ada dalam penelitian ini.
- b) Untuk menjadi bahan perbandingan antara teori-teori dalam ilmu komunikasi dengan keadaan yang terjadi langsung di lapangan, serta menjadi bahan pengembangan atau sumbangan pemikiran kepada peneliti selanjutnya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



### 1) Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam upaya pemecahan masalah yang berhubungan dengan penggunaan media sosial terhadap kebutuhan khalayak masyarakat.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan sehingga media sosial dapat digunakan dalam upaya menambah informasi dan pengetahuan khususnya mengenai kesehatan mental.

### 2) Manfaat Akademis

- a) Penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan masukan dan juga dapat memberikan kontribusi ilmiah pada kajian tentang berbagai macam penggunaan media sosial, khususnya yang berfokus pada penggunaan platform kesehatan mental seperti yang ada dalam penelitian ini.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan antara teori-teori dalam ilmu komunikasi dengan keadaan yang terjadi langsung di lapangan, serta menjadi bahan pengembangan atau sumbangan pemikiran kepada peneliti selanjutnya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan dalam suatu penulisan ilmiah untuk membantu penulis dalam mengurutkan proses penelitian dan selanjutnya proses penulisan secara logis beruntun seperti struktur berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, dan teori yang digunakan dalam penelitian, serta kerangka berfikir.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan deskripsi objek penelitian, metodologi penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta

waktu dan lokasi penelitian. Bab ini menjelaskan cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil penelitian yang telah diperoleh melalui pengumpulan data serta pembahasan mengenai hasil penelitian tersebut.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memuat kesimpulan dan saran dari segi praktis dan teoritis terkait hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi semua bahan referensi berupa buku, jurnal, dan juga sumber lain yang digunakan dalam penyusunan tulisan ilmiah untuk melengkapi data-data dan bahan yang diperlukan.