

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesehatan mental atau *mental health* sedang menjadi topik pembicaraan di kalangan Masyarakat. Khususnya di media sosial instagram banyak masyarakat yang malah menjadikan kesehatan mental adalah *trend* akibat kurangnya edukasi, padahal kesehatan mental merupakan masalah serius yang perlu diketahui penyebab dan penanggulangannya. Saat ini di Indonesia sendiri termasuk negara dengan kesehatan mental yang cukup buruk baik dalam pencegahannya ataupun penanganannya menjadi negara dengan kasus tertinggi se-Asia Tenggara dikarenakan 1 dari 10 orang mengalami gangguan mental. Awalnya dikarenakan kurangnya pemahaman mengenai kesehatan mental bagi masyarakat sehingga diperlukan edukasi sebagai salah satu bentuk pencegahan dalam menurunkan kasus bunuh diri dan pengendalian jumlah orang yang mengalami gangguan mental.

Gangguan mental merupakan gangguan yang dialami oleh seseorang yang disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu, faktor biologis seperti, kelainan pada sistem otak, atau kerusakan sel saraf otak yang berhubungan dengan tubuh maupun faktor psikologis seperti kekerasan, pelecehan seksual, dan perundungan atau *bullying*. Maka diperlukan perpaduan antara semua *elemen* komunikasi mulai dari Komunikator, pesan, saluran atau media yang digunakan oleh penerima untuk mencapai tujuan komunikasi salah satunya dalam kesehatan mental, agar tidak adanya stigma buruk dan mereka dapat teredukasi dengan adanya media sosial ini.

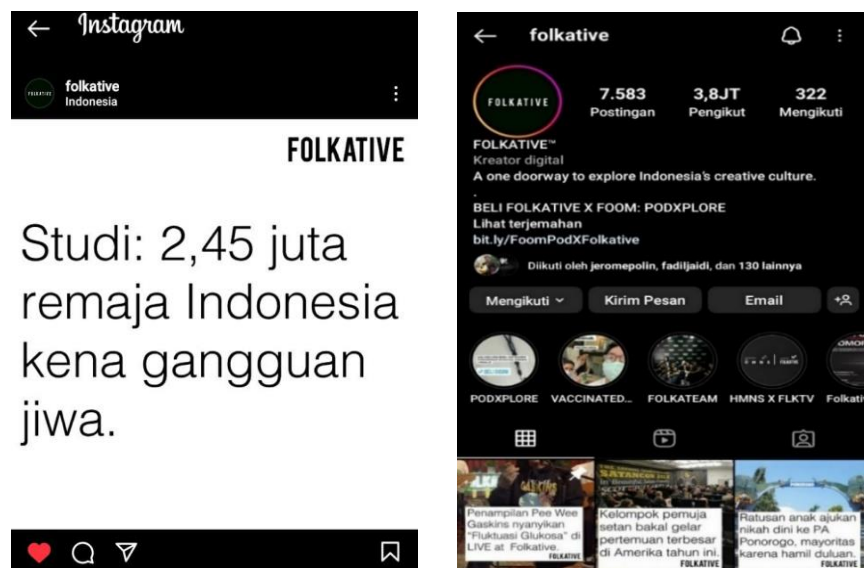
Adapun objek yang sering digunakan oleh khalayak/masyarakat dalam masalah ini yaitu akun instagram. Instagram merupakan sebuah *platform* media sosial guna untuk berkomunikasi atau sekedar untuk berbagi cerita. Hal ini dilakukan agar kesehatan mental tidak dianggap sepele oleh masyarakat, Instagram menjangkau dan menarik masyarakat luas serta lebih efektif daripada layanan jejaring sosial lainnya (Helinsha, 2022). Hal ini dibuktikan berdasarkan data empirik oleh *Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster* menjelaskan, bahwa pada saat pertama kali diluncurkan Instagram pada tahun 2010 aplikasi instagram ini telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Salah satunya adalah Indonesia yang mana merupakan negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan 89% pengguna Instagram yang berusia 18-34 tahun. Menurut hasil temuan dari TNS, sebuah perusahaan dari Inggris mengemukakan bahwa masyarakat Indonesia senang menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman, dan belajar (Nopita, 2021).

Fokus masalah pada penelitian ini adalah bagaimana proses Edukasi mengenai Kesehatan Mental menggunakan strategi komunikasi yang dilakukan sehingga penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai akun instagram @mentalhealthdoodles sebagai media edukasi. Hal ini dikarenakan edukasi mengenai masalah mental masih kurang karena minimnya literasi membaca, selain itu pandangan masyarakat akan kesehatan mental pun masih dianggap hal yang tidak wajar. Khususnya bagi Masyarakat yang merasa dibawah tekanan yang merujuk pada gangguan kesehatan, tidak sedikit dari mereka kurang memahami dan tidak tahu cara menangani dan menanggulangi masalah kesehatan mereka.

Berdasarkan fokus masalah pada penelitian ini maka diperkuat oleh data dari hasil observasi yang diperkuat oleh data empirik lapangan seperti data berdasarkan hasil survey Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) pada bulan Juli 2020 di 34 provinsi menunjukkan presentasi anak perempuan dengan gejala – gejala yang mengarah pada depresi lebih tinggi dibandingkan anak laki – laki. Sebanyak 93% yang menunjukkan gejala depresi berada pada rentang 14 – 18 tahun, sementara 7 % di rentang usia 10 – 13 tahun. Kegiatan seperti sekolah atau kuliah . Gejala awal yang dapat timbul biasanya dimulai dari kebingungan, kecemasan yang berlebih, hingga akhirnya menimbulkan kemarahan yang bahkan kerap kali tidak diketahui penyebab pastinya. penelitian di Cina menunjukkan terdapat tiga gejala yang paling umum dirasakan anak dan remaja yaitu kecemasan (24,9%), depresi (19,7%), dan stres (15,2%) (Melina, 2022).

Menurut WHO, usia dari 12- 24 tahun adalah kelompok dimana mereka paling rentan mengalami gangguan mental. Berdasarkan data riset kesehatan dasar (Riskedas), di Provinsi Jawa Barat jumlah dari keseluruhan gangguan mental emosional seperti gangguan kecemasan dan depresi mencapai lebih dari dua juta orang, dari jumlah tersebut dinyatakan bahwa masih banyak penderita yang belum menjalankan proses terapi atau konsultasi terhadap dokter dikarenakan masih minimnya pengetahuan serta *stigma* masyarakat yang masih negatif mengenai kesehatan mental, sebesar 37.728 orang dari subjek yang diteliti pada Riskedas sekitar 9,3% di Jawa Barat mengalami gangguan kesehatan mental (Hakim, 2020).

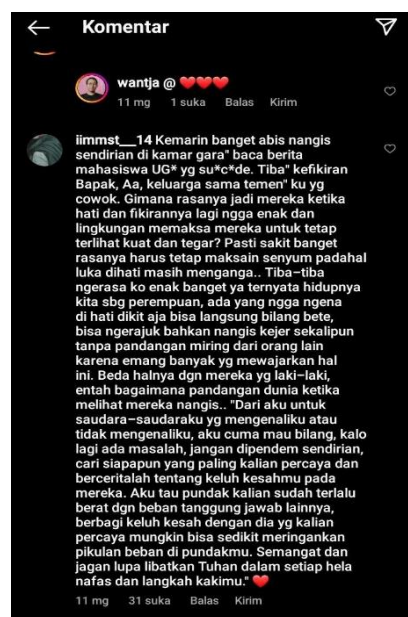
Tingginya ketersediaan dan penggunaan teknologi juga dapat memicu munculnya masalah kesehatan. Mereka harus dapat menghadapi keadaan ini, baik positif maupun negatif, yang berasal dari diri mereka sendiri dan orang-orang di sekitar mereka (Krashen, 1982). Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan yaitu oleh *The Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I – NAMHS)* yang bekerjasama dengan Universitas Gadjah Mada 2,45 juta remaja di Indonesia telah terdiagnosa mengalami gangguan mental dalam 1 tahun terakhir. Hal ini setara dengan 1 dari 20 orang. Hal ini dibuktikan dengan unggahnya akun instagram @folkative yang menyatakan bahwa kesehatan mental di media sosial masih diabaikan sehingga masih banyak masyarakat yang terkena gangguan mental akibat kurangnya edukasi. (Gloria, 2022).



Gambar 1.1 Postingan Akun Instagram @folkative mengenai riset Kesehatan Mental

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CmNyiD0vf5l/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Berdasarkan hasil Observasi yang peneliti lakukan dari Akun Instagram @mentalhealthdoodles, peneliti menemukan fokus permasalahan di daftar komentar yang dilontarkan oleh masyarakat mengenai kesehatan mental. Dalam setiap postingan yang di tampilkan oleh pemilik akun tidak sedikit orang yang mengaku memiliki masalah mental dan tidak tahu harus berbuat apa, mereka lebih sering melakukan *self diagnose* yang memperburuk kondisi mereka seperti beberapa komentar dalam postingan. Tidak sedikit komentar yang ditulis menceritakan masalah kesehatan mental mereka.



Gambar 1.2 Foto Komentar di Instagram @mentalhealthdoodles

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cda4xVTv6hQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, hal ini menarik minat peneliti untuk melakukan observasi berkaitan dengan kesehatan mental, salah satu tema menarik yang dibuat oleh akun @mentalhealthdoodles adalah mengenai *self diagnose*, berdasarkan gambar diatas adalah bukti respon yang dilontarkan melalui

komentar sehingga terjalin interaksi antara pemilik akun dengan warganet, yang mana untuk menarik masyarakat dalam membaca dan melihat isi pesan yang disampaikan maka hal ini sangat berpengaruh terhadap kesehatan mental seseorang. Selain itu, respon dari masyarakat terhadap setiap postingan, dan setelah melakukan perbandingan dengan akun lain, postingan dari @mentalhealthdoodles ini memiliki daya tarik tersendiri sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi seperti apa yang digunakan, bagaimana pesan yang disampaikan bisa menghasilkan sesuatu yang berdampak bagi para pembaca.



Gambar 1.3 Foto salah satu postingan di Instagram @mentalhealthdoodles

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cda4xVTv6hQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Maka, dengan adanya keunikan dari akun instagram @mentalhealthdoodles ini diharapkan dapat meminimalisir terjadinya dampak negatif dari ketidaktahuan mengenai kesehatan mental di media sosial (Roy et al., 2021).

Menggunakan Strategi Komunikasi Menurut teori Anwar Arifin, Model strategi komunikasi menjelaskan bahwa penyampaian pesan dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu jenis pelaksanaan dan isi. Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran menjadi efektif, menurut Anwar Arifin, dalam merencanakan strategi komunikasi ada empat tahap, yaitu ; a. Mengenal Khalayak mendefinisikan kepada publik agar maksud yang dikomunikasikan tersampaikan dengan benar sehingga tercipta proses komunikasi yang baik, karena dalam proses komunikasi publik tidak pasif melainkan aktif. Adapun yang terjadi antara komunikator dengan komunikan tidak hanya berkaitan satu sama lain, tetapi juga saling mempengaruhi ; b. Menyusun Pesan, setelah menentukan khalayak sasaran atau kelompok sasaran, komunikator menyiapkan pesan yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh komunikator ; c. Menetapkan Metode, pada tahap menyampaikan pesan, mengandalkan isi konten yang bagus saja tidak cukup untuk membuat upaya tersebut menjadi efektif, namun metode-metode yang digunakan juga sangat mempengaruhi proses keberhasilan yaitu melalui metode redundancy serta canalizing ; d. Menentukan Media Komunikasi, bagaimana proses pemilihan media yang digunakan pastinya menyesuaikan dengan keadaan dan juga khalayak sasaran agar pesan yang dibuat dapat tersampaikan dengan efektif (Milenia et al., 2021).

Asumsi dasar Teori Strategi Komunikasi menurut Anwar Arifin didasarkan pada beberapa asumsi dasar, yaitu: Komunikasi adalah proses sosial yang memungkinkan terjadinya pertukaran pesan antara individu atau kelompok; Komunikasi dapat berlangsung baik secara verbal maupun nonverbal, dan dapat dilakukan melalui berbagai media; Strategi komunikasi harus didesain secara sistematis dan terencana untuk mencapai tujuan tertentu; Strategi komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan karakteristik khalayak yang dituju, seperti usia, pengetahuan, sikap, dan perilaku; Strategi komunikasi harus mampu menarik perhatian audiens, membangkitkan minat, mempengaruhi keyakinan, dan mendorong tindakan yang diinginkan; Strategi komunikasi yang efektif harus mengikuti prinsip-prinsip etika dan moral dalam penyampaian pesan (Aditya, 2019).

Asumsi-asumsi dasar tersebut menjadi landasan bagi pengembangan strategi komunikasi yang efektif dan dapat memberikan dampak yang signifikan pada audiens yang dituju. Dengan memahami asumsi-asumsi dasar tersebut, maka suatu strategi komunikasi dapat didesain dengan baik dan memperhitungkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diinginkan (Aditya, 2019). Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti relevan dengan penelitian terdahulu yang berjudul :

“Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental”. Penelitian terdahulu ini membahas bahwa Kesehatan mental di Indonesia masih dianggap tabu, Stigma masyarakat yang menganggap gangguan jiwa tidak rasional.

Untuk mengubah stigma tersebut di masyarakat mengenai pengetahuan lebih banyak tentang kesehatan jiwa. Media baru berkembang menjadi salah satu hal yang bermanfaat bagi masyarakat. Dengan seiring perkembangan zaman, penggunaan media sosial pun semakin berkembang terutama menjadi media edukasi bagi penggunanya. Pemanfaatan media sosial dalam mengedukasi digunakan oleh salah satu akun kesehatan mental di Instagram yaitu @mentalhealthdoodles. Melalui media sosial Instagram konten yang diposting oleh akun @mentalhealthdoodles ini ingin masyarakat sadar mengenai pentingnya kesehatan mental.

Sebagai bentuk untuk mencapai tujuan komunikasi maka perlu sebuah strategi komunikasi sehingga tercipta sebuah komunikasi yang efektif dan membuat tujuan komunikasi tercapai sesuai yang diinginkan oleh Akun @mentalhealthdoodles. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi akun Instagram UbahStigma dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kesehatan jiwa dan faktor apa saja yang mendukung dan menghambat dalam menjalankan tujuan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan *Head of Communication and Marketing Manager* UbahStigma. Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu ini menunjukan bahwa yang peneliti peroleh, strategi komunikasi yang digunakan. Menurut pengamatan penulis Melalui akun Instagram UbahStigma, konten yang di unggah mengandung informasi yang valid di Instagram, lengkap, tetapi informasi disajikan dalam bahasa yang mudah dimengerti.

UbahStigma membuat media sosial terutama Instagram menjadi strategi komunikasi khusus untuk mengingatkan masyarakat akan kesehatan mental. Dengan beberapa postingan Instagram seperti gambar *visual*, UbahStigma membuat masyarakat mengerti akan isu kesehatan mental yang diperbincangkan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Selain itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi UbahStigma diantaranya, mengenal khalayak yang akan menjadi sasaran, menyusun pesan yang akan disampaikan ke khalayak, menetapkan metode yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan yang sudah disusun, dan menseleksi penggunaan media. (Tulandi, 2021).

Penelitian "Edukasi Kesehatan Mental melalui Media Sosial Instagram" lebih fokus pada strategi komunikasi dan edukasi yang dilakukan melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesehatan mental. Sementara, penelitian "Strategi Komunikasi Akun Ubahstigma dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat mengenai Kesehatan Mental" lebih fokus pada strategi komunikasi melalui akun media sosial yang khusus dibuat untuk mengubah stigma masyarakat terhadap kesehatan mental.

Kebaruan penelitian yang dilakukan mengkaji mengenai Kesehatan Mental/*Mental Health* bisa dikatakan sudah cukup marak, namun jika dikaji kedalam ranah Komunikasi bisa dikatakan masih sedikit apalagi saat ini sudah marak kegiatan *mental health* yang ada di dunia teknologi yang berkaitan dengan pengkomunikasian. Selain itu kebaruan lainnya adalah dan komprehensif melalui media sosial Instagram dapat membantu dalam memberikan panduan praktis bagi pihak-pihak yang ingin mengembangkan program edukasi kesehatan mental melalui media sosial Instagram. Penggunaan konten *visual* dan *audiovisual* dalam penyampaian pesan edukasi kesehatan mental melalui media sosial Instagram. Dalam konteks media sosial Instagram, penggunaan konten visual seperti gambar, video, dan poster dapat menarik perhatian dan meningkatkan partisipasi pengguna dalam program edukasi kesehatan mental. Penerapan teori komunikasi dalam pengembangan program edukasi kesehatan mental melalui media sosial Instagram, dapat memperkuat efektivitas pada program sebagai kontribusi baru dalam aplikasi praktis.

Keunggulan pada penelitian ini diantaranya Inovatif: Penelitian ini inovatif karena mencoba menggabungkan antara strategi komunikasi dan edukasi kesehatan mental dengan penggunaan media sosial Instagram, Relevan: karena kesehatan mental semakin menjadi perhatian penting dalam masyarakat saat ini, Efektifitas: dapat membuktikan efektifitas dari strategi komunikasi dan edukasi kesehatan mental melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesehatan mental, Aplikatif: dapat diaplikasikan oleh pihak yang terkait dengan kesehatan mental untuk meningkatkan edukasi kesehatan mental di medsos.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah keseluruhan masyarakat pengguna instagram yang tentunya bersinggungan langsung dengan kesehatan mental, praktisi kesehatan mental, oragnisasi kesehatan mental serta dokter psikologis, serta yang menjadi objek penelitian yaitu Akun Instagram @mentalhealthdoodles yang mengangkat mengenai isu kesehatan mental. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis ingin mengetahui bagaimana Strategi komunikasi yang digunakan terhadap pengguna instagram. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, maka penelitian ini berfokus pada judul :

Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram ?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana proses mengenal khalayak dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram ?
2. Bagaimana proses menyusun pesan dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram ?
3. Bagaimana proses menetapkan metode dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram ?
4. Bagaimana proses menentukan media yang digunakan dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah memberikan suatu arahan yang jelas untuk mengadakan penelaahan, serta hasil analisis akan lebih nyata, sehingga peneliti membatasi masalah yang akan dianalisis.

Dari uraian yang telah dijelaskan maka dapat ditarik rumusan masalah mengenai: **Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram**

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan proses mengenal khalayak dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram.
2. Untuk menjelaskan proses menyusun pesan dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram.
3. Untuk menjelaskan proses menetapkan metode Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram.
4. Untuk menjelaskan proses menentukan media yang digunakan dalam Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram.