

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SARANA *SELF HEALING* (Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube “Menjadi Manusia”)

(Skripsi)

Oleh

**MUTIARA SARI
1616031063**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SARANA *SELF HEALING* (Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube “Menjadi Manusia”)

Oleh

Mutiara Sari

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif media sosial Youtube sebagai sarana *self healing*, akun Youtube yang akan dibahas pada penelitian ini “Menjadi Manusia”. Indikator variabel pada penelitian ini adalah isi pesan (*content*), ketepatan waktu (*timing*), saluran komunikasi (*media*), format dan sumber pesan (*source*) (Hardjana, 2000:23). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis menggunakan *crosstabulations*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan yaitu menyebarkan kuesioner secara *online ke subscribers* akun Youtube ‘Menjadi Manusia’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi Isi pesan merupakan dimensi dengan tingkat efektivitas paling tinggi (97,5%), lalu dimensi Saluran Komunikasi (95,8%), dilanjutkan dengan dimensi Sumber Pesan (94,8%), dimensi Format (93,5%), dan yang terakhir dimensi ketepatan waktu (92%). Berdasarkan analisis *crosstabulations*, akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ efektif bagi responden usia 21 tahun dan 22 tahun, dengan jenis pekerjaan mahasiswa. Youtube ‘Menjadi Manusia’ efektif bagi responden berjenis kelamin perempuan dengan lama *subscribe* dalam kurun waktu, 1-6 bulan, dengan frekuensi penggunaan Youtube dalam sehari sebanyak 2-3 kali dan durasi 5-10 menit.

Kata kunci: Efektivitas, Media Sosisl, *Self Healing*, Youtube

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF YOUTUBE SOCIAL MEDIA AS A MEDIUM FOR SELF HEALING (Study on Subscribers of the Youtube Account "Menjadi Manusia")

By

Mutiara Sari

The purpose of this research is to find out how effective social media specifically is as a medium for self healing, the Youtube account that will be discussed in this study "Menjadi Manusia". The variable indicators in this study are message content, timing, communication channels (media), message format and source (Hardjana, 2000:23). This study uses a quantitative descriptive method with analysis using crosstabulations. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires online to subscribers of the Youtube 'Menjadi Manusia' account. The results showed that the message content dimension is the dimension with the highest level of effectiveness (97.5%), then the Communication Channel dimension (95.8%), followed by the Message Source dimension (94.8%), Format dimension (93.5 %), and finally the timing dimension (92%). Based on crosstabulations analysis, the Youtube account 'Menjadi Manusia' is effective for respondents aged 21 and 22 years, and among university students. Youtube 'Menjadi Manusia' is effective for female respondents with a long subscription period of 1-6 months, with a frequency of using Youtube 2-3 times a day and a duration of 5-10 minutes.

Keywords: Effectiveness, Social Media, Self Healing, Youtube

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SARANA *SELF HEALING* (Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube “Menjadi Manusia”)

Oleh

Mutiara Sari

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE
SEBAGAI SARANA *SELF HEALING*
(Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube
"Menjadi Manusia")**

Nama Mahasiswa : **Mutiara Sari**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1616031063**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. Komis Pembimbing

Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&Media.St.
NIP. 1983082992008012010

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

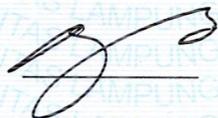
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&Media.St.**



Penguji Utama : **Agung Wibawa S.Sos.I, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **7 November 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mutiara Sari
NPM : 1616031063
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Bungur II, No. 17, Keb. Lama, Jakarta Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SARANA SELF HEALING (Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube “Menjadi Manusia”)**” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 1 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Mutiara Sari
NPM . 1616031063

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan pada tanggal 2 Februari 1996 di Sukabumi, anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Drs. Yon Kenedy dan Ibu Yenni Nora.

Penulis menempuh pendidikan formal pada sekolah antara lain Taman Kanak-Kanak (TK) Harapan Ibu diselesaikan pada tahun 2002, Sekolah Dasar (SD) SD N 20 Pagi Jakarta Selatan diselesaikan pada tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama (SMP) SMP N 161 Jakarta diselesaikan pada tahun 2011, Sekolah Menengah Atas (SMA) SMA N 82 Jakarta diselesaikan pada tahun 2014. Selanjutnya pada tahun 2014 penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi program studi Diploma Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung dan lulus pada tahun 2018. Di Tahun 2018 penulis melanjutkan studi sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

Sebelum aktif dalam pengerjaan penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Berita LKBN Antara Biro Lampung pada bulan November – Januari 2021. Selain itu, penulis juga pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyara (KKN) selama satu bulan (3 Januari – 3 Februari 2020) di Desa Muara Baru, Kecamatan Kebun Tebu, Lampung Barat.

MOTTO HIDUP

“Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow”

- Albert Einstein

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT

kupersembahkan Skripsi ini kepada :

**Kedua orang tuaku bapak dan ibuku tercinta “Bapak Yon Kenedy dan Ibu
Yenni Nora”**

Karena kasih sayang, doa tulus serta motivasi yang selalu kalian berikanlah yang membuatku dapat sampai ke titik ini, motivasi dan semangat yang tak pernah berhenti kalian berikan menjadikan aku lebih maju untuk menyelesaikan karya tulis ini.

Adikku tersayang “ Fadel Muhammad Ratungadhi”

Dukungan yang engkau berikan sungguh membuatku bersemangat untuk menjadikan diriku sebagai sosok yang lebih baik lagi, agar dapat menjadi contoh yang baik.

SANWACANA

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi untuk mencapai gelar sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Dalam penyelesaian Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan saran, nasihat, bimbingan,data-data dan informasi dari berbagai pihak. Sebelumnya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak mendukung penulis, yaitu kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Lampung.
2. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
3. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&Media.St. selaku Pembimbing Utama Skripsi penulis yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dan bimbingan selama ini.
4. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si. selaku Penguji Utama Skripsi penulis yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk memberikan saran dan arahan saat seminar, ujian dan setelahnya.
5. Kepada staff Jurusan Ilmu Komunikasi Mas Redy dan Mas Hanafi, yang membantu penulis mengurus berbagai hal dalam menyelesaikan Skripsi.

6. Sahabatku Kurnia Sindi Pratiwi, terimakasih atas dukungan dan kesabarannya dalam mendengarkan keluh kesah serta menemani penulis selama mengerjakan Skripsi ini.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi Citra, Ayub, Basit, Ika dan angkatan 2016, 2017, 2018 yang telah membantu dan menemani penulis selama masa kuliah.

Akhir kata penulis mengucapkan Terima Kasih, semoga Skripsi Ini dapat memberikan manfaat dan wawasan baru untuk kita semua.

Wassalammualaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung,
Penulis

Mutiara Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Kerangka Konsep	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Efektivitas Komunikasi	14
2.3 Media Sosial	16
2.3.1 Dimensi Media Sosial	20
2.3.2 Youtube	20
2.4 Kesehatan Mental	22
2.4.1 Tujuan dan Fungsi Kesehatan Mental Bagi Kehidupan Individu...	23
2.5 <i>Mental Illness</i>	25
2.5.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental.	27
2.6 <i>Self Healing</i>	29
2.6.1 Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana <i>Self Healing</i>	30
2.7 Teori <i>New Media</i>	32
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.4 Populasi.....	35
3.5 Sampel	36

3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7	Uji Instrumen	39
3.8	Teknik Pengolahan Data	41
3.9	Analisis Data.....	41
3.10	<i>Crosstabulations</i>	42
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Uji Validitas	43
4.2	Uji Reliabilitas	44
4.3	Hasil Penelitian	46
	4.3.1 Karakteristik Responden.....	46
	4.3.2 Distribusi Jawaban Responden	50
4.4	Analisis Data.....	63
	4.4.1 Efektivitas Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Sebagai Sarana <i>Self Healing</i>	63
	4.3.2 Analisis <i>Crosstabulations</i>	66
4.5	Pembahasan Penelitian.....	86
V.	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	92
5.2	Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	14
2. Definisi Operasional.....	34
3. Hasil Uji Validitas Variabel X	44
4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	45
5. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	46
6. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
7. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
8. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Mengsubscribe	48
9. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Youtube Dalam Sehari	48
10. Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Waktu Mengakses ‘Menjadi Manusia’	49
11. Isi Konten Yang Disajikan Oleh Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Jelas.....	50
12. Konten Yang Disajikan Oleh Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Sesuai Dengan Fakta Kehidupan Yang Ada	50
13. Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Menyajikan Konten-Konten Yang <i>Up To Date</i> Dengan Isu-Isu Di Masyarakat.....	51
14. Informasi Yang Didapat Dari Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ beragam karena Konten Yang Disajikan Membahas Berbagai Aspek Kehidupan.....	51
15. Media Sosial Merupakan Media Yang Tepat Dalam Menyampaikan Pesan Dan Informasi Tentang Kesehatan Mental dan <i>Self Healing</i>	52
16. Youtube Merupakan Media Yang Tepat Dalam Menyampaikan Pesan Informasi Tentang Kesehatan Mental dan <i>Self Healing</i>	52
17. Youtube Merupakan Media Yang Tepat Karena Mudah Diakses.....	53
18. Youtube Merupakan Media Yang Tepat Karena Disajikan Dalam Bentuk Video	53
19. Konsep <i>Story Telling</i> Yang Digunakan Lebih Menarik	54
20. Konsep <i>Story Telling</i> Yang Digunakan Membuat Saya Lebih Tenang.....	54
21. Konsep <i>Story Telling</i> Yang Digunakan Membuat Saya Merasa Tidak Dihakimi	55
22. Konsep <i>Story Telling</i> Yang Digunakan Membuat Saya Merasa Seperti Mempunyai Teman Bercerita	55
23. Sumber Pesan Dapat Dipercaya Karena Narasumber Dihadirkan Secara Langsung	56
24. Sumber Pesan Dapat Dipercaya Karena Berasal Dari Pengalaman Narasumber.	56
25. Sumber Pesan Dapat Dipercaya Karena Narasumber Memiliki Latar Belakang Yang Jelas.....	57
26. Sumber Pesan Dapat Dipercaya Karena Berasal Dari Orang Yang Berpengalaman	58
27. Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Hadir Tepat Disaat Isu Kesehatan Mental Sedang Marak Dibicarakan	59
28. Konten Yang Tayang Menyesuaikan Isu-Isu Yang Sedang Marak Diperbincangkan	59
29. Media Youtube Merupakan Media Yang Tepat Pada Waktunya.....	60
30. Konten Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Tayang Pada Jam Tayang Yang Tepat	60
31. Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel X	61
32. Efektivitas Dimensi Isi Pesan.....	63
33. Efektivitas Dimensi Saluran Komunikasi	63
34. Efektivitas Dimensi Format Pesan	64
35. Efektivitas Dimensi Sumber Pesan/Informasi	65
36. Efektivitas Dimensi Ketepatan Waktu	66

37. <i>Crosstabs</i> Antara Usia Responden dan Efektivitas Dimensi Isi Pesan	66
38. <i>Crosstabs</i> Antara Usia Responden dan Efektivitas Dimensi Saluran Komunikasi	67
39. <i>Crosstabs</i> Antara Usia Responden dan Efektivitas Dimensi Format	67
40. <i>Crosstabs</i> Antara Usia Responden dan Efektivitas Dimensi Sumber Pesan.....	68
41. <i>Crosstabs</i> Antara Usia Responden dan Efektivitas Dimensi Ketepatan Waktu...	68
42. <i>Crosstabs</i> Antara Pekerjaan Responden Dengan Dimensi Isi Pesan.....	70
43. <i>Crosstabs</i> Antara Pekerjaan Responden Dengan Dimensi Saluran Komunikasi .	71
44. <i>Crosstabs</i> Antara Pekerjaan Responden Dengan Dimensi Format	72
45. <i>Crosstabs</i> Antara Pekerjaan Responden Dengan Dimensi Sumber Pesan	73
46. <i>Crosstabs</i> Antara Pekerjaan Responden Dengan Dimensi Ketepatan Waktu	74
47. <i>Crosstabs</i> Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Dimensi Isi Pesan.....	74
48. <i>Crosstabs</i> Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Dimensi Saluran Komunikasi	75
49. <i>Crosstabs</i> Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Dimensi Format	75
50. <i>Crosstabs</i> Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Dimensi Sumber Pesan	76
51. <i>Crosstabs</i> Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Dimensi Ketepatan Waktu	76
52. <i>Crosstabs</i> Antara Lama Mengsubscribe Dengan Dimensi Isi Pesan.....	77
53. <i>Crosstabs</i> Antara Lama Mengsubscribe Dengan Dimensi Saluran Komunikasi .	77
54. <i>Crosstabs</i> Antara Lama Mengsubscribe Dengan Dimensi Format	78
55. <i>Crosstabs</i> Antara Lama Mengsubscribe Dengan Dimensi Sumber Pesan	78
56. <i>Crosstabs</i> Antara Lama Mengsubscribe Dengan Dimensi Ketepatan Waktu	78
57. <i>Crosstabs</i> Antara Frekuensi Penggunaan Youtube Dalam Sehari Dengan Dimensi Isi Pesan	78
58. <i>Crosstabs</i> Antara Frekuensi Penggunaan Youtube Dalam Sehari Dengan Dimensi Saluran Komunikasi	80
59. <i>Crosstabs</i> Antara Frekuensi Penggunaan Youtube Dalam Sehari Dengan Dimensi Format	81
60. <i>Crosstabs</i> Antara Frekuensi Penggunaan Youtube Dalam Sehari Dengan Dimensi Sumber Pesan	81
61. <i>Crosstabs</i> Antara Frekuensi Penggunaan Youtube Dalam Sehari Dengan Dimensi Ketepatan Waktu	82
62. <i>Crosstabs</i> Antara Durasi Mengakses Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Dalam Sehari Dengan Dimensi Isi Pesan.....	83
63. <i>Crosstabs</i> Antara Durasi Mengakses Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Dalam Sehari Dengan Dimensi Saluran Komunikasi	83
64. <i>Crosstabs</i> Antara Durasi Mengakses Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Dalam Sehari Dengan Dimensi Format	84
65. <i>Crosstabs</i> Antara Durasi Mengakses Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Dalam Sehari Dengan Dimensi Sumber Pesan	85
66. <i>Crosstabs</i> Antara Durasi Mengakses Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Dalam Sehari Dengan Dimensi Ketepatan Waktu	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Prevalensi Gangguan Mental Emosional Pada Penduduk Berumur ≥ 15 Tahun Menurut Provinsi, tahun 2013-2018.....	3
2. Bagan Kerangka Konsep.....	9

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan ditemukannya Internet muncul bentuk media massa baru yaitu media sosial.. Menurut Nasrullah, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015 : 11). Sedangkan Ardianto dalam buku Komunikasi 2,0 mengungkapkan, “bahwa media sosial online disebut jejaring sosial online bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat”. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas (Ardianto, 2011 : 12).

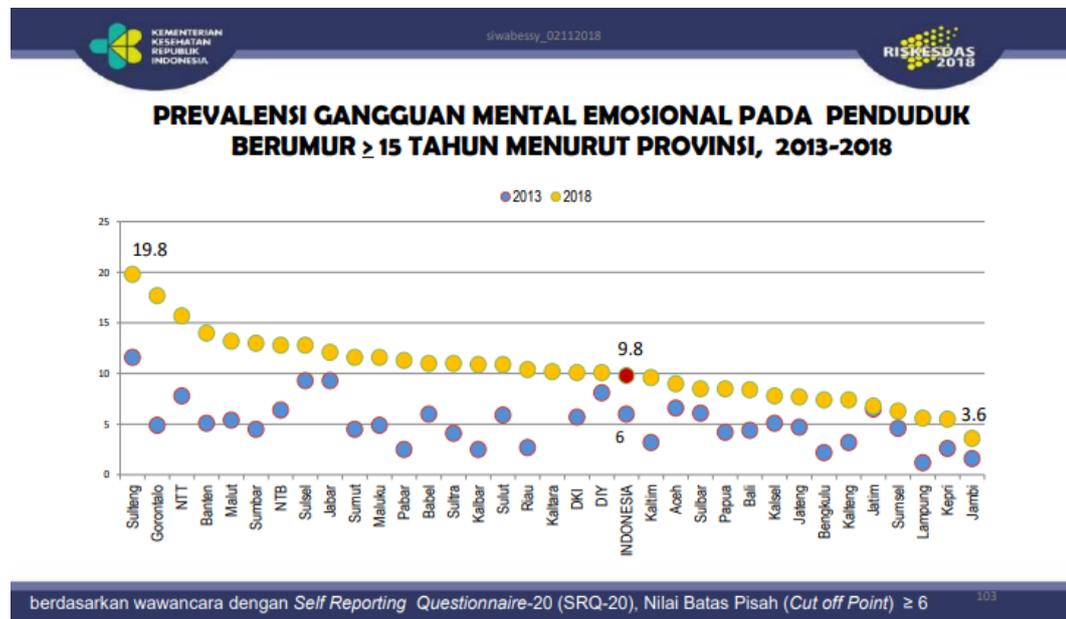
Semenjak kemunculannya, media sosial hadir pada hampir di seluruh aspek kehidupan manusia mulai dari sosial, budaya, ekonomi, politik, pendidikan, dan kesehatan. Pengguna media sosial selain memberikan dampak yang positif seperti

mudahnya dalam mencari informasi, menjalin komunikasi, mengembangkan bakat minat, berbagi pemikiran dan mencari hiburan, juga memiliki dampak negatif bagi penggunanya. Adapun dampak negatif tersebut dapat berupa penyalahgunaan dalam pencarian informasi dan kecanduan media sosial yang berakibat pada kondisi psikologis penggunanya atau beresiko terkena penyakit mental. Media sosial juga dapat mempengaruhi pandangan diri (*self image*) dan hubungan interpersonal melalui perbandingan sosial dan interaksi negatif, termasuk *cyberbullying*. Selain itu, konten media sosial sering kali melibatkan normalisasi dan bahkan berpotensi memicu tindakan menyakiti diri sendiri dan bunuh diri (Jaoude dkk, dalam Septiana, 2021 : 2).

Bicara tentang dampak psikologis dalam penggunaan media sosial, tentunya berkaitan dengan kesehatan mental. Kesehatan mental merupakan kondisi di mana seseorang menyadari kemampuannya sendiri, dapat mengatasi tekanan hidup yang normal, dapat bekerja secara produktif dan mampu memberikan kontribusi terhadap lingkungan sosialnya (Media Centre WHO, 2018), sedangkan Menurut Zakiah Darojad (dalam Sundari, 2005) kesehatan mental adalah terhindarnya seseorang dari gejala-gejala gangguan dan penyakit jiwa, dapat menyesuaikan diri, dapat memanfaatkan segala potensi dan bakat yang ada semaksimal mungkin dan membawa kepada kebahagiaan bersama serta mencapai keharmonisan jiwa dalam hidup.

Berdasarkan data hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2018, jumlah gangguan emosional pada penduduk berusia 15 tahun ke atas mengalami peningkatan. Dari grafik “Prevalensi Gangguan Mental Emosional Pada Penduduk Berumur lebih dari 15

tahun Menurut Provinsi, 2013-2018” diketahui penderita gangguan mental emosional di Indonesia mengalami peningkatan dari 6% di tahun 2013 menjadi 9,8% ditahun 2018.



(Gambar 1. Grafik Prevalensi Gangguan Mental Emosional Pada Penduduk Berumur ≥ 15 Tahun Menurut Provinsi, tahun 2013-2018. Sumber: www.litbang.kemkes.go.id)

Beberapa penelitian terkait penggunaan media sosial dan kesehatan mental diantaranya Penelitian Zhao & Zhou, menunjukkan penggunaan media sosial yang lebih tinggi dikaitkan dengan kesehatan mental yang lebih buruk. Lebih banyak paparan berita bencana melalui media sosial dikaitkan dengan depresi yang lebih besar bagi peserta dengan tingkat stressor bencana yang tinggi (tetapi tidak rendah) (Zhao & Zhou, dalam Septiana, 2021 : 2). Selanjutnya penelitian dari Koh & Liew melalui media sosial Twitter diperoleh data bahwa pengguna Twitter sering menggunakan ulasan tentang masalah kesehatan mental dan kesepian (*loneliness*) selama pandemic COVID-19 (Koh & Liew, dalam Septiana, 2021 : 2). Secara umum diluar masa pandemic COVID-19, penggunaan media sosial memang

berdampak langsung terhadap masalah kesehatan mental. Beberapa penelitian terkait antara lain, penelitian O'reilly dkk yang meneliti remaja usia 11 sampai 18 tahun, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa remaja menganggap media sosial sebagai ancaman bagi kesejahteraan mental dengan tiga tema yang dapat didefinisikan yakni penggunaan media sosial diyakini dapat menyebabkan gangguan suasana hati dan kecemasan, kemudian media sosial dipandang sebagai platform untuk *cyberbullying*, dan selanjutnya penggunaan media sosial sering membuat kecanduan (O'Reilly et al, dalam Septiana, 2021 : 3). Beberapa masalah kesehatan mental yang berkaitan dengan penggunaan media sosial antara lain *stress*, kecemasan, depresi dan kesepian (Bashir & Bhat, dalam Septiana, 2021 : 3).

Dengan maraknya pemberitaan serta kasus penyakit mental yang disebabkan oleh media sosial dikalangan usia remaja dan dewasa ini, mulai bermunculan orang-orang dari berbagai kalangan, mulai dari kalangan profesional atau pun non profesional yang peduli akan kesehatan mental mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Twitter dan Youtube untuk mempublikasikan konten edukasi tentang kesehatan mental. Selain memberikan konten edukasi, tidak sedikit pula *content creator* yang memanfaatkan media sosial untuk memberikan konten *self healing*. *Self healing* sejatinya memiliki arti “penyembuhan diri”, dalam praktiknya *self healing* merupakan istilah yang salah satunya menggunakan proses yang berprinsip bahwa sebenarnya tubuh manusia merupakan sesuatu yang mampu memperbaiki dan menyembuhkan diri melalui cara-cara tertentu secara ilmiah (Budiman, 2018 : 143).

Definisi lain dari *Self Healing* adalah suatu metode penyembuhan penyakit tanpa menggunakan obat, tapi dengan mengeluarkan segala perasaan maupun emosi yang dipendam seseorang sebagai suatu proses penyembuhan. *Self healing* yang dilakukan oleh individu yang memiliki penyakit dan dibantu oleh terapis (Afifah, 2019:17). *Self healing* dilakukan agar seseorang dapat sejenak berhenti dari rutinitasnya sehingga individu dapat berinteraksi dengan dirinya sendiri. Sifat dari *self healing* adalah universal, tidak ada acuan mengenai agama, praksis dan dipelajari secara masuk akal. Bahrien dan Ardianty menjelaskan bahwa “pada umumnya individu yang menerapkan *self healing* adalah mereka yang melakukan proses pemulihan atas gangguan psikologis, trauma dan *stress*”, (Budiman dan Ardianty, 2017). Oleh karena itu tujuan dari *self healing* ini adalah untuk meminimalisir rasa cemas, takut, stress dan masalah mental emosional seseorang.

Dalam menyajikan konten *self healing* ini, para *content creator* biasanya menghadirkan narasumber untuk menceritakan kisahnya sebagai orang yang berjuang melawan penyakit mentalnya, selain itu mereka juga biasanya membuat *playlist* yang berisi lagu-lagu yang memiliki musik dan lirik yang menenangkan atau puisi yang berisi kalimat-kalimat penyemangat dan memberikan motivasi. Salah satu platform media sosial yang sekarang ini banyak dimanfaatkan oleh *content creator* dalam menyajikan konten-konten *self healing* adalah Youtube.

Youtube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan Februari tahun 2005 oleh 3 orang mantan karyawan

PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV serta video buatan para penggunanya sendiri. (Tjatnatjantia, Widika, dalam Faiqah dkk, 2016 : 1). Saat ini Youtube menjadi situs *online video provider* paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar, Diperkirakan 20 jam durasi video di upload ke Youtube setiap menitnya dengan 6 miliar *views* perhari. Youtube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi Youtube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna.

Menjadi Manusia adalah akun Youtube yang menyajikan konten seputar problematika kehidupan yang dibawakan dengan pendekatan bercerita atau *story telling* agar tidak terkesan menggurui. Berdasarkan dari *website* resminya, tujuan dari konten yang disajikan oleh Menjadi Manusia adalah untuk mendengarkan, memahami dan memetik pelajaran dari pengalaman orang lain sebelum nantinya melakukan refleksi diri. Dikutip dari artikel bisnis.com yang berjudul “Menjadi Manusia, Konten Tidak Semata-mata Demi Keuntungan”, Menjadi Manusia dikembangkan pada tahun 2018 oleh Rhaka Ghanisatria bersama dua orang temannya, Adam Alfares Abednego dan Levina Purnamadewi. Menjadi Manusia lahir dari pengalaman pribadi salah satu foundernya yaitu Rhaka Ghanisatria yang pernah menderita *Attention Deficit/Hyperactivity Disorder* (ADHD) dan sempat dirawat di rumah sakit dalam waktu yang cukup lama. Meskipun dalam keadaan sedang sakit mental, ia berhasil bangkit dan termotivasi untuk memberikan *support* bagi orang-orang disekitarnya yang pernah mengalami tantangan yang

sama. Berkat dorongan tersebut, ia dan rekan-rekannya berhasil mendirikan Menjadi Manusia, dengan tujuan berbagi pengalaman tentang masalah hidup sekaligus menyorot pentingnya kesehatan mental, sehingga dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat.

Hal yang membedakan Menjadi Manusia dengan akun-akun edukasi kesehatan mental lainnya adalah, Menjadi Manusia menyajikan format konten yang berbeda di tiap-tiap media sosial yang mereka gunakan, di Instagram konten yang di unggah berupa tulisan atau cerita pendek berisi penyemangat atau motivasi, lalu di Youtube konten yang diunggah berbentuk video *story telling* bersama narasumber, sedangkan di Spotify konten yang disajikan berformat *podcast*. Selain itu Menjadi Manusia juga memiliki website resmi, di website tersebut mereka menyediakan rubrik bagi para *audiencenya* untuk bebas menuangkan pemikiran, pengalaman atau keluh kesahnya lewat tulisan. Selain itu, isi dari konten yang mereka sajikan bukan hanya memberikan informasi dan pengetahuan tentang kesehatan mental, melainkan *audiencenya* diajak untuk memandang dari perspektif narasumbernya, *audience* diajak untuk merasakan apa yang dirasakan oleh narasumber lalu bagaimana cara si narasumber tersebut bisa bangkit dan melawan penyakit mental yang dideritanya. Menjadi Manusia juga menyediakan wadah bagi *audience* untuk menuangkan isi hati, pengalaman dan keluh kesahnya dalam bentuk tulisan yang ada di website resminya. Selain itu, Menjadi Manusia menyajikan konten yang tidak menggurui, jadi konten-konten yang disajikan oleh Menjadi Manusia terkesan merangkul dan menjadi “teman” *audiencenya*. Khusus untuk akun

Youtubanya sendiri, Menjadi Manusia kini telah memiliki 882.000 pelanggan atau *subscribers*.

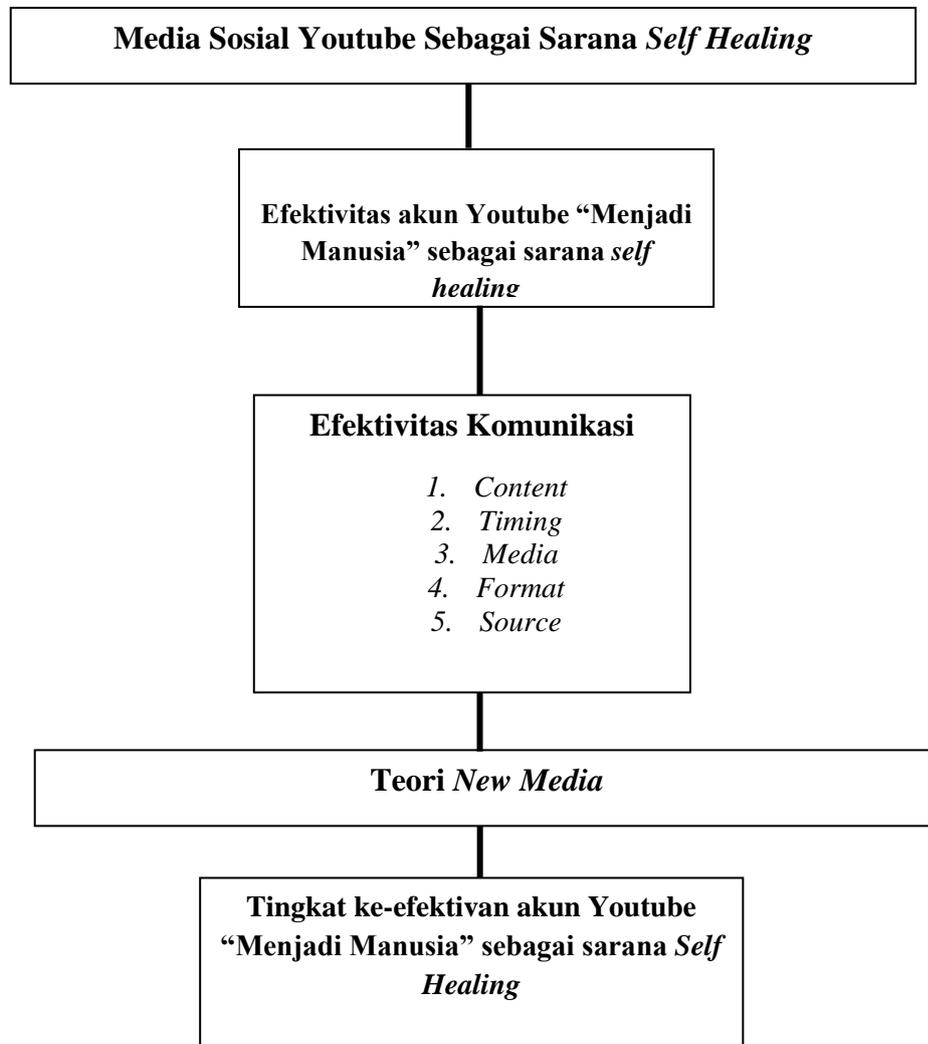
Berdasarkan penjelasan diatas, munculah pertanyaan seberapa efektif media sosial Youtube sebagai sarana *self healing*, pada penelitian ini adalah *subscriber* dari akun Youtube ‘Menjadi Manusia’. Hal tersebut menjadi landasan penulis melakukan penelitian ektivitas media sosial Youtube sebagai sarana *self healing*. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui seberapa efektif media sosial Youtube sebagai sarana *self healing*. Maka dari itu penelitian ini mengangkat judul **“Efektivitas Media Sosial Youtube Sebagai Sarana *Self Healing* (Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube “Menjadi Manusia”)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai fokus penelitian ini, yaitu sebagai berikut;

Seberapa efektif akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ sebagai sarana *self healing*?

1.3 Kerangka Konsep



Gambar 2.Kerangka Konsep

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ialah untuk mengetahui seberapa efektif media sosial Youtube sebagai sarana *self healing*, pada penelitian ini adalah *subscriber* akun Youtube ‘Menjadi Manusia’.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, baik secara teoretis maupun praktis, seperti yang dipaparkan berikut ini.

a. Secara Teoretis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam kajian ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan studi media dan psikologi komunikasi. Hal ini dapat menjadi referensi bagi kajian yang berkaitan dengan hubungan kesehatan mental dengan media sosial.

b. Secara Praktis

- (1) Bagi pembaca, kajian efektivitas media sosial sebagai sarana *self healing*, diharapkan dapat menambah wawasan terhadap pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental
- (2) Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan menjadi kerangka rekomendasi untuk efektivitas media sosial yang berbeda, tindak lanjut kajian pada topik kesehatan mental atau topik yang berkaitan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian: teori, konsep-konsep, analisa, kesimpulan, kelemahan dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. (Zainudin, 2008:100).

Penulis telah menganalisis penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bahasan dalam penelitian ini. Adapun penelitian sebelumnya dipakai sebagai acuan dan referensi penulis dan mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini.

1	Penulis	Della Aloysa Sebayang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, 2018
	Judul Penelitian	Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Promosi “Molen Arab” (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Media Sosial sebagai Sarana Promosi “Molen Arab” di Kalangan Mahasiswa USU)
	Metode dan Tipe Penelitian	Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya menyajikan gambaran lengkap mengenai <i>setting</i> sosial atau hubungan antara fenomena yang diuji. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu pendekatan yang terdiri dari perumusan masalah, menyusun model, mendapatkan data, mencari solusi, menganalisis masalah dan menginterpretasikan hasil.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Della Aloysa Sebayang menunjukkan bahwa media sosial dinilai efektif menjadi sarana promosi “Molen Arab” dilihat dari data responden yang menilai positif terhadap penggunaan media sosial menjadi kemudahan bagi responden dalam pencarian produk molen arab. Selain itu, kemudahan transaksi juga merupakan salah satu aspek yang tidak kalah penting. Mahasiswa khususnya, sekarang lebih mengarah kepada produk-produk yang instant, mudah didapatkan dan prosesnya tidak panjang. Maka dari itu disini pelaku usaha juga dengan adanya media sosial menawarkan cara penjualan agar sampai kepada konsumen atau yang dikenal dengan istilah jual beli dengan cara yang mudah.
	Perbandingan	Penelitian yang dilakukan oleh Della Aloysa Sebayang membahas tentang efektivitas media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran, sedang kan penelitian dari penulis menjelaskan tentang efektivitas media sosial sebagai saran <i>self healing</i>
2	Penulis	Sri Prihatiningrum, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2020
	Judul Penelitian	Efektivitas Akun <i>Instagram</i> @aniesbaswedan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik (Analisis EPIC Model pada Akun <i>Instagram</i> @aniesbaswedan)
	Metode dan Tipe Penelitian	Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya menyajikan gambaran lengkap mengenai <i>setting</i> sosial atau hubungan antara

		fenomena yang diuji. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu pendekatan yang terdiri dari perumusan masalah, menyusun model, mendapatkan data, mencari solusi, menganalisis masalah dan menginterpretasikan hasil.
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun insagram @aniesbaswedan dinyatakan efektif dalam menerapkan transparansi kebijakan dan keterbukaan informasi untuk meningkatkan kepercayaan publik, dan juga akun instagram @aniesbaswedan memiliki daya tarik yang tinggi, sehingga menimbulkan sebuah penilaian dari masyarakat berupa tingkat kesukaan masyarakat terhadap akun instagram @aniesbaswedan baik secara afeksi (perasaan) maupun secara kognisi (pemikiran).
	Perbandingan	Penelitian yang dilakukan Sri Prihatiningrum membahas dimensi dari EPIC Model yang paling dominan terhadap efektivitas akun instagram @aniesbaswedan dalam meningkatkan kepercayaan publik, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah membahas seberapa efektif media sosial sebagai sarana <i>self healing</i> menggunakan teori <i>uses and gratification</i> .
3	Penulis	Achmad Darmawan, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, 2019
	Judul Penelitian	Efektivitas Media Sosial Instagram Plesbol Terhadap Kebutuhan Informasi Di Kalangan Komunitas Chelsea Indonesia Suporter CLUB (CISC) Medan
	Metode dan Tipe Penelitian	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian korelasional. Metode penelitian korelasional adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Tipe penelitian ini adalah kuantitatif.
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh akun instagram Plesbol terhadap kebutuhan informasi CISC Medan. Menurut data penelitian, terdapat korelasi yang tinggi antara hubungan penggunaan akun instagram Plesbol terhadap kebutuhan informasi komunitas CISC Medan. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui efektivitas dari akun instagram Plesbol terhadap kebutuhan informasi di komunitas CISC Medan dalam penelitian ini sebesar 69%. Hal tersebut menunjukkan bahwan Ha diterima

		dan Ho ditolak. Jadi, terdapat efektivitas sebesar 69% antara kebutuhan informasi di komunitas CISC Medan.
	Perbandingan	Penelitian yang dilakukan Achmad Darmawan membahas seberapa efektif media sosial instagram 'Plesbol' terhadap kebutuhan informasi tentang sepak bola di kalangan komunitas pecinta klub sepak bola, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah membahas seberapa efektif media sosial youtube 'Menjadi Manusia' sebagai sarana <i>self healing</i> di kalangan <i>subscribersnya</i> .

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

2.2 Efektivitas Komunikasi

Kata efektivitas berasal dari bahasa inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program, disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang di kutip Soewarno Handyaningrat S. (2006:16) yang menyatakan bahwa, efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan Steers (dalam Kharisma dan Yunningsih, 2017:4) mengemukakan bahwa, efektivitas adalah jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber budaya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarnya tanpa melumpuhkan cara dan sumberdaya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya.

Sedangkan komunikasi sendiri merupakan suatu proses yang penting dalam menjalani kehidupan. Setiap kegiatan yang dilakukan pasti melibatkan

komunikasi di dalamnya, baik itu komunikasi interpersonal, intrapersonal, komunikasi kelompok, maupun komunikasi massa. Melihat pentingnya komunikasi dalam setiap kegiatannya maka diharapkan keefektifan pada setiap proses komunikasi itu sendiri. Jika komunikasi tersebut efektif, maka tidak akan ada salah pengertian dalam komunikasi, sehingga tidak terjadi konflik. Menurut Hardjana (2000:23) keefektifan komunikasi dapat diukur oleh beberapa hal diantaranya:

a. Penerima/Pemakai (*receiver or user*)

Menurut Hardjana (2000:24) definisi dimensi penerima pesan merupakan objek yang diharapkan untuk menerima pesan tersebut, yang diukur berdasarkan ketepatan siapa yang akan menerima pesan tersebut. Seorang penerima atau pemakai pesan dikatakan efektif jika penerima pesan sesuai dengan penerima pesan yang dituju. Dan jika penerima pesan sesuai dengan penerima yang dituju oleh media tersebut, maka langkah untuk mengukur selanjutnya adalah melihat bagaimana kuantitas si penerima pesan menggunakan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan.

b. Isi Pesan (*content*)

Menurut Hardjana (2000:24) definisi dimensi isi pesan merupakan kesesuaian tujuan komunikasi dengan fakta dan aktualitas informasi yang diterima oleh audiens. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan isi pesan adalah, paparan informasi-informasi yang diberikan oleh organisasi kepada audiens.

c. Ketepatan Waktu (*timing*)

Definisi dimensi ketepatan waktu adalah bahwa pesan yang dimaksudkan kepada penerima tepat pada waktunya sesuai dengan kondisi dan situasi yang diukur.

d. Saluran Komunikasi (*media*)

Definisi dimensi media komunikasi adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan diharapkan oleh pengirim pesan dan penerima pesan.

e. Format

Definisi format adalah bahwa kesesuaian format antara yang dimaksudkan oleh pengirim dengan penerima yang dilihat dari cara penyajian isi informasinya.

f. Sumber Pesan (*source*)

Definisi sumber pesan adalah kejelasan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan sehingga pesan yang disampaikan akurat.

2.3 Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yaitu “media” dan sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi, sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat (Laughley, dalam Mulawarman dan Nurfitri, 2017 : 37). Definisi lain dari media sosial juga dijelaskan oleh Van Dijk, “media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang

memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. (Nasrullah, 2017 : 11).

Sedangkan Shirky berpendapat bahwa, “media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas”, (Nasrullah, 2017 : 11).

Media sosial mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog social, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self presentation, self-disclosure*) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis (2010). Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial:

a) Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah,

ataupun menghilangkan konten-konten yang ada di website. Contohnya, Wikipedia.

b) Blog dan Microblog

Pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog, seperti menceritakan pengalaman pribadi atau mengkritik kebijakan pemerintah. Contoh dari media sosial blog atau microblog adalah blogger dan twitter.

c) Konten

Para pengguna dari website ini saling membagikan konten-konten media, baik dalam bentuk video, *e-book*, gambar, foto dan lain-lain. Contohnya dari media sosial ini adalah youtube.

d) Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Contohnya adalah facebook.

e) *Virtual Game World*

Dunia virtual. Dimana mereplikasikan lingkungan 3D, dimana pengguna bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya adalah *game online*.

f) *Virtual Social World*

Dunia virtual yang dimana penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, dimana pengguna dapat berinteraksi

dengan pengguna lain. Namun, *virtual social world* lebih bebas dan lebih kearah kehidupan. Contohnya adalah second life. (Cahyono, 2016 : 144)

Media sosial sangatlah dibutuhkan bagi seseorang yang dihadapkan pada berbagai media penampung informasi, maka ada banyak kebutuhan yang bisa dikemukakan, antara lain seperti yang diusulkan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (dalam Nakkok, 2016:29) adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan Kognitif: kebutuhan yang berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang akan lingkungannya.
2. Kebutuhan Afektif: kebutuhan yang berhubungan dengan hal yang menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosional.
3. Kebutuhan Integrasi Personal (*personal integrative needs*): kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu.
4. Kebutuhan Integrasi Sosial (*social integrative needs*): kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.
5. Kebutuhan Berkhayal (*escapist needs*): kebutuhan ini dikaitkan dengan kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan (Yusup, 2009:338-339).

2.3.1 Dimensi Penggunaan Media Sosial

Menurut penelitian dari Hauer (dalam Maani, 2019: 68) bahwa terdapat 4 C dalam penggunaan sosial media:

1. *Context* “*How we frame our stories*” adalah bagaimana membentuk sebuah pesan atau cerita (informasi).
2. *Communication* “*The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing*” adalah cara berbagi cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan, merespon, dan menumbuhkan.
3. *Collaboration* “*Working together to make things better and more efficient and effective*” adalah Kerja sama antara pengguna sosial media untuk membuat hal baik yang lebih efektif dan efisien.
4. *Connection* “*The relationships we forget and maintain*” yaitu pemeliharaan hubungan yang sudah terbina.

2.3.2 Youtube

Youtube merupakan sebuah aplikasi berbentuk *video sharing* dimana pengguna dapat melihat video dari pengguna lainnya, karena pengguna Youtube dapat mengunggah video untuk dinikmati oleh para pengguna Youtube yang lain atau penonton. Selain itu, Youtube juga merupakan situs media sosial untuk berbagi video yang sangat terkenal di seluruh dunia. Aplikasi Youtube ini bisa menampilkan beragam macam konten video yang berbeda-beda tergantung buatan pengguna yang telah memiliki akun Youtube, termasuk film pendek, klip film, klip musik, selain itu ada pun konten amatir seperti *Blog video*, *video original* pendek dan video pendidikan. Pengguna

yang tidak terdaftar akun Youtube dapat melihat atau menonton konten-konten video yang telah di buat dan di unggah oleh pengguna yang telah memiliki akun Youtube atau biasa disebut dengan pemilik *channel* Youtube (Palinoan, dalam Nurhadi, 2020 : 1-3).

Di Indonesia, Youtube sangat terkenal dengan jumlah pengguna sudah mencapai 143,26 juta pengguna atau sekitar 54,7% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 265 juta jiwa berdasarkan dari statistic APJIII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2018. Ini mengacu pada jumlah pengguna Youtube yang aktif per-bulan, termasuk para *public figure*, atau pun selebritis di Indonesia, mereka melakukan pencitraan untuk mengungkap kepada publik melalui *channel* Youtube yang sudah menjadi *trend* dan banyak digunakan oleh para pencari informasi untuk mengulik sesuatu. Selain itu juga, Youtube dijadikan sebagai media berkomunikasi menyampaikan suatu informasi atau suatu pesan yang *up to date* melalui *channel* Youtube sebagai informasi yang disajikan untuk public, Menurut Foss, individu diyakini sangat terpengaruh oleh pesan-pesan media, karena media dianggap sangat kuat dalam membentuk opini masyarakat. Pengguna Youtube pun dapat dengan bebas berkomentar terhadap video yang telah diunggah oleh pemilik *channel* Youtube tersebut. Aktifitas yang berlangganan pada *channel* Youtube seseorang dapat dikatakan sebagai *subscriber*. Biasanya para *subscriber* ini memberikan komentar, *likes* atau *dislikes* pada video yang telah di unggah oleh para pemilik *channel* Youtube (Foss, dalam Nurhadi, 2020 : 3-4)

2.4 Kesehatan Mental

Kesehatan mental menurut seorang ahli kesehatan Merriam Webster, “merupakan suatu keadaan emosional dan psikologis yang baik, dimana individu dapat memanfaatkan kemampuan kognisi dan emosi berfungsi dalam komunitasnya, dan memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari”, (Dewi, dalam Zulkarnain, 2019 : 20). Kondisi mental yang sehat pada tiap individu tidak dapat disamaratakan. Menurut Zakiah Drajat terdapat empat buah rumusan tentang kesehatan mental, yakni;

- a) Terhindarnya orang dari gejala-gejala gangguan jiwa (*neurose*) dan dari gejala-gejala penyakit jiwa (*psychose*).
- b) Kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan diri sendiri, dengan orang lain dan masyarakat serta lingkungan dimana ia hidup.
- c) Pengetahuan dan perbuatan yang bertujuan untuk mengembangkan dan memanfaatkan segala potensi, bakat dan pembawaan yang ada semaksimal mungkin, sehingga membawa kepada kebahagiaan diri dan orang lain, serta terhindar dari gangguan-gangguan penyakit jiwa.
- d) Terwujudnya keharmonisan yang sungguh-sungguh antara fungsi-fungsi jiwa, serta mempunyai kesanggupan untuk menghadapi masalah-masalah yang biasa terjadi, dan merasakan secara positif kebahagiaan dan kemampuan dirinya. (Drajat, dalam Zulkarnain, 2019 : 20).

Menurut Badan Kesehatan Dunia (WHO), Kesehatan mental merupakan kemampuan adaptasi seseorang dengan dirinya sendiri dan dengan alam sekitar secara umum, sehingga merasakan senang, bahagia, hidup dengan lapang,

berperilaku sosial secara normal, serta mampu menghadapi dan menerima berbagai kenyataan hidup. Sedangkan Jalaludin berpendapat kesehatan mental adalah ilmu yang meliputi sistem tentang prinsip-prinsip, peraturan-peraturan serta prosedur-prosedur untuk mempertinggi kesehatan rohani. Orang yang sehat mentalnya ialah orang yang dalam rohani atau dalam hatinya selalu merasa tenang, aman dan tentram (Jalaludin, dalam Fakhriyani, 2019 : 11).

Pengertian lainnya tentang kesehatan mental, yakni terwujudnya keserasian yang sesungguhnya antara fungsi-fungsi kejiwaan dan terciptanya penyesuaian diri antara manusia dengan dirinya sendiri dan lingkungannya berlandaskan keimanan dan ketaqwaan serta bertujuan untuk mencapai hidup yang bermakna dan bahagia dunia dan akhirat (Hasneli, dalam Fakriyani, 2019 : 11).

2.4.1 Tujuan dan Fungsi Kesehatan Mental bagi Kehidupan Individu

Manusia pada dasarnya menginginkan kehidupan yang bahagia, nyaman, sejahtera dan sesuai dengan keinginannya, baik secara pribadi maupun dalam kelompoknya. Untuk mencapai hal-hal tersebut, kesehatan mental berperan penting dalam kehidupan individu. Berikut adalah penjelasan mengenai tujuan dan fungsi kesehatan mental bagi kehidupan individu.

Menurut Sundari, tujuan kesehatan mental adalah:

- a) Mengusahakan agar manusia memiliki kemampuan yang sehat.
- b) Mengusahakan pencegahan terhadap timbulnya sebab-sebab gangguan mental dan penyakit mental.

- c) Mengusahakan pencegahan berkembangnya bermacam-macam gangguan mental dan penyakit mental.
- d) Mengurangi atau mengadakan penyembuhan terhadap gangguan dan penyakit mental. (Sundari, dalam Fakhriyani, 2019 : 22).

Sedangkan fungsi dari kesehatan mental adalah untuk memelihara dan mengembangkan kondisi mental individu agar sehat, serta terhindar dari *mental illness* (sakit mental). Berikut adalah penjelasan tentang fungsi-fungsi dari kesehatan mental :

a) *Prevention* (Pencegahan)

Kesehatan mental berfungsi untuk mencegah terjadinya kesulitan atau gangguan mental sehingga terhindar dari penyakit mental. Fungsi ini menerapkan prinsip-prinsip yang berupaya agar tercapai mental yang sehat, misalnya dengan memelihara kesehatan fisik serta pemenuhan atas kebutuhan psikologis. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menjaga kesehatan fisik serta pemenuhan kebutuhan psikologis, seperti memperoleh kasih sayang, rasa aman, penghargaan diri, aktualisasi diri sebagai mana mestinya sehingga individu mampu memaksimalkan potensi yang dimilikinya. Penerapan kesehatan mental di semua lingkungan hidup (di rumah, sekolah, tempat kerja dan lingkungan lainnya), sangat menentukan mental yang sehat serta dapat mencegah dari gangguan mental. Di lingkungan rumah, sikap dan perlakuan yang hangat dari orangtua, kasih sayang, penerimaan diri serta penghargaan

oleh orang-orang di sekitar individu, sangat memungkinkan untuk mengembangkan hubungan interpersonal yang baik.

b) *Amelioration* (ameliorative/kuratif/korektif/perbaikan).

Fungsi ini merupakan upaya perbaikan diri dalam meningkatkan kemampuan menyesuaikan diri. Selanjutnya, perilaku individu dan mekanisme pertahanan diri dapat terkontrol dengan baik.

c) *Preservation* (Pengembangan) atau *Improvement* (Meningkatkan)

Preservatif atau suportif merupakan fungsi pengembangan yang merupakan upaya dalam mengembangkan kepribadian atau mental yang sehat, agar seseorang mampu meminimalisir kesulitan-kesulitan dalam perkembangan psikisnya. Kesehatan mental penting untuk dikembangkan, namun tidak setiap orang dapat mencapai mental yang sehat dengan mudah. Ada orang dengan kondisi mental yang sehat dan perlu pencegahan terhadap gangguan-gangguan mental, namun beberapa diantaranya mengalami hambatan dalam perkembangan mentalnya. Sehingga masing-masing individu berbeda dalam penerapan fungsi kesehatan mentalnya, baik preventif, ameliorative, maupun preservative (Fakhriyani, 2019 : 23-24).

2.5 Mental Illnes (Gangguan Kesehatan Mental)

Menurut UU RI NO. 18 Tahun 2014 menjelaskan bahwa gangguan kesehatan mental adalah suatu kondisi dimana seseorang mengalami gangguan dalam pikiran, perilaku, dan perasaan yang termanifestasi dalam bentuk sekumpulan gejala atau perubahan perilaku yang bermakna, serta dapat menimbulkan penderitaan dan hambatan dalam menjalankan fungsi orang sebagai manusia.

Banyak orang yang mengalami kejanggalan-kejanggalan yang terjadi pada mentalnya seperti merasa stress, depresi, takut, maupun gelisah. Kondisi tersebut dapat juga dikatakan sebagai gejala awal dari gangguan mental, namun baru dapat dikatakan sebagai sebuah gangguan mental apabila perasaan-perasaan tersebut sudah melewati batas kewajaran sehingga mengganggu keberfungsian sosial atau dapat juga berpengaruh kepada menurunnya kondisi kesehatan secara jasmani. Penyebab terjadinya penyakit mental belum ditemukan secara jelas dan sangat bervariasi. Namun dalam penelusurannya, penyebab utamanya kemungkinan di badan (somatogenik), dilingkungan sosial (sosiogenik), ataupun pada psikologis (psikogenik). Biasanya tidak terdapat penyebab tunggal, akan tetapi beberapa penyebab sekaligus dari berbagai unsur itu yang saling mempengaruhi atau kebetulan terjadi bersamaan, lalu timbullah gangguan badan ataupun jiwa (Choresyo, 2015 : 382).

Menurut Santrock (dalam Putri, 2015:255) penyebab gangguan jiwa pada umumnya dikategorikan menjadi aspek jasmaniah atau biologi seperti contohnya keturunan, kegemukan yang cenderung psikosa manik depresi dan dapat pula menjadi skizofrenia, tempramen karena orang yang terlalu sensitif, penyakit, dan cedera tubuh. Santrock juga menjelaskan bahwa gangguan jiwa juga dapat disebabkan oleh faktor psikologi dimana seseorang dengan pengalaman frustrasi, kegagalan dan keberhasilan yang dialami akan mewarnai perilaku, kebiasaan, dan sifatnya di masa yang akan datang. Pernyataan bahwa hidup manusia dapat dibagi atas 7 masa dan pada suatu keadaan tertentu dapat mendukung terjadinya gangguan jiwa. (Putri, 2015 : 255)

Di Indonesia sendiri gangguan kesehatan mental merupakan hal yang cukup serius, terbukti dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang memiliki gangguan kesehatan mental. Berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesmas) Indonesia tahun 2007 menunjukkan bahwa penderita gangguan jiwa berat (psikologis) di Indonesia adalah 0.46 persen atau sejuta orang. Dari total populasi risiko 1,093,150 hanya 3.5 persen atau 38,260 yang baru terlayani di rumah sakit jiwa, rumah sakit umum, atau pusat kesehatan masyarakat dengan fasilitas memadai.

2.5.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental

Penggunaan media sosial selain memberikan dampak yang positif seperti mudahnya dalam mencari informasi, menjalin komunikasi, mengembangkan bakat minat, berbagi pemikiran dan mencari hiburan, juga memiliki dampak negative bagi penggunanya. Dampak negatif tersebut dapat berupa kecanduan media sosial yang berakibat pada kondisi psikologis atau beresiko terkena gangguan kesehatan mental. Media sosial juga dapat mempengaruhi pandangan diri penggunanya dan hubungan interpersonal melalui perbandingan sosial dan interaksi negatif, termasuk *cyberbullying* (Rohmah, dalam Septiana, 2021 : 1).

Menurut hasil data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa di media sosial terdapat komentar negatif dengan angka 49,0% pengguna menjawab pernah mendapatkan komentar negatif. Menurut penelitian yang dilakukan pada ribuan remaja dengan rentan

umur 14-24 tahun oleh RSPH (*Royal Society for Public Health*) dan YHM (*Young Health Movement*) di Inggris, *instagram* dinilai sebagai media sosial yang memiliki efek negative paling banyak dan berpengaruh pada kesehatan mental (Lim dkk, 2021 : 49).

Selain remaja, penggunaan media sosial yang berlebihan juga berpengaruh pada kesehatan mental orang dewasa. Dilansir dari artikel CNN Indonesia, penelitian yang berjudul “*A Tool to Help or Harm? Online Social Media Use and Adult Mental Health in Indonesia*” (Sebuah Alat untuk Membantu atau Menyakiti? Penggunaan Media Sosial Online dan Kesehatan Mental Orang Dewasa di Indonesia) yang merupakan hasil kolaborasi peneliti Sujarwoto dari Universitas Brawijaya, Gindo Tampubolon dari University of Manchester dan Adi Cilik Pierewan dari Universitas Negeri Yogyakarta ini menganalisis variabel instrumental data dari *Indonesia Family Life Survey* (IFLS) tahun 2014. Data itu didapat dengan menyurvei 22.423 orang yang berusia 20 tahun ke atas di 9987 rumah tangga dan 297 kabupaten di Indonesia. Studi ini melihat pengaruh media sosial meliputi Facebook, Twitter, obrolan atau chat terhadap kesehatan mental orang dewasa di Indonesia.

Hasilnya, penelitian ini menyimpulkan penggunaan media sosial yang berlebihan berbahaya bagi kesehatan mental karena dapat menyebabkan depresi. Peningkatan penggunaan media sosial dikaitkan dengan peningkatan skor CES-D atau skala depresi pada seseorang sebesar 9% (CNN Indonesia, 2019).

Berdasarkan kasus diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan berdampak di berbagai kalangan. Penyebab gangguan kesehatan mental karena media sosial pun beragam, mulai dari *cyberbullying*, munculnya ketergantungan sampai penggambaran diri yang kurang baik, contohnya adalah membandingkan kehidupan sendiri dengan kehidupan orang lain di media sosial.

2.6 Self Healing

Istilah *self healing* sendiri berasal dari dua gabungan kata bahasa Inggris, *self* yang artinya adalah diri atau diri sendiri, dan *healing* yang artinya penyembuhan. Jadi secara sederhana pengertian *self healing* adalah penyembuhan diri sendiri. Definisi lain dari *self healing* adalah proses membangun dan memberdayakan kemampuan dalam diri untuk menciptakan kondisi kesehatan yang lebih baik dimana kemampuan tersebut dimiliki oleh setiap individu yang bisa dipelajari secara mandiri atau dilatih dengan bantuan praktisi ahli dimana manusia mempersepsi berbagai hal secara sendiri-sendiri serta mengorganisirnya melalui proses-proses perseptual hingga menjadi keseluruhan (Hasan, 2013 : 48). Definisi *self healing* lainnya adalah fase yang diterapkan pada proses pemulihan diri (umumnya dari gangguan psikologis, trauma dan yang lainnya) yang didorong dan diarahkan oleh pasien yang dipandu oleh insting diri sendiri (Amaliatul, 2016 : 67).

Prosedur penyembuhan diri sendiri atau *self healing* ini bertujuan untuk mengurangi rasa stress, takut dan masalah mental emosional lainnya. Proses *self*

healing ini dapat membantu dan mempercepat masalah psikologis yang dialami dengan menggunakan teknik intropeksi seperti meditasi, olahraga, berserah diri kepada Tuhan, dan kegiatan-kegiatan yang bersifat relaksasi dan refleksi (Amaliatul, 2016 : 67). Tujuan lain dari *self healing* adalah membantu individu agar lebih mengenali pikiran dan perasaan negatif yang selama ini mengurung diri. Setelah mengenali dan menerimanya, individu akan mampu mengurai satu persatu masalah yang membebani pikiran perasaannya. Tujuannya bukan mengingat-ingat luka yang telah berlalu, tetapi mengajak individu untuk lebih memahami dirinya sendiri (Effiah, 2020 : 18)

2.6.1 Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana *Self Healing*

Berdasarkan penjelasan-penjelasan sebelumnya, terbukti bahwa media sosial adalah salah satu faktor seseorang mengalami gangguan kesehatan mental, sehingga muncul *stigma* buruk bahwa semua yang ada di dalam media sosial tidak baik untuk kesehatan mental. Tetapi sekarang ini, sudah banyak orang-orang yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana *self healing*. Beberapa diantaranya adalah akun instagram @NKCTHI atau Nanti Kita Cerita Hari Ini, akun instagram yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 1,6 juta ini memuat kata-kata bijak yang berfokus pada kehidupan manusia.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zayyana Khoirunasya dari Universitas Muhammadiyah Surakarta, konten yang disajikan oleh akun instagram @NKCTHI ini mengandung pesan-pesan yang berisikan

motivasi untuk fokus kepada pencapaian tujuan, memanifestasikan diri ke dalam hal positif, dan juga mengubah rasa takut menjadi rasa bangkit menjadi diri yang lebih baik (Khoirunasya, 2020:19).

Contoh lain dari pemanfaatan media sosial sebagai sarana *self healing* ada pada penelitian yang dilakukan oleh Wase Abdul dari Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanudin” Banten. Penelitian ini menganalisis isi pesan dakwah di akun instagram @teladan.rasul, responden dari penelitian ini merupakan pengikut dari akun instagram @teladan.rasul. Hasil dari penelitian adalah para pengikut akun instagram @teladan.rasul mendapatkan manfaat setelah melihat pesan dakwah yang disajikan, manfaat yang dirasakan yaitu bisa mengontrol emosi dalam menghadapi suatu permasalahan dan membentuk semangat untuk bangkit dari keterpurukan (Abdul, 2018:76).

Selanjutnya ada akun instagram @rintiksedu, dikutip dari artikel LINE TODAY akun Rintik Sedu yang sudah memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,5 juta ini juga menyajikan konten-konten *self healing* dalam bentuk ilustrasi unik, serta tulisan-tulisan yang mengandung pesan motivasi. Selain memanfaatkan instagram, Rintik Sedu juga memanfaatkan Spotify untuk menyajikan konten-konten *self healing*, khusus Spotify konten yang disajikan berbentuk *podcast* yang bertajuk “Rintik Sedu Podcast”.

2.7 Teori Media Baru (*New Media*)

Teori media baru adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy berpendapat *World Wide Web* (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, serta memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat pada dunia demokratis mengenai pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interaktif. Sedangkan pendekatan kedua yaitu pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrument informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

New Media adalah media *online* yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara public maupun privat dengan menggunakan internet (Mondry, 2008 : 13). *New Media* (media *online*) yang diartikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi, terdapat bersama komputer digital (Creeber & Martin, dalam Feroza dkk, 2020 : 34).

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012 : 14) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang memiliki tujuan hipotesis yang telah ditetapkan dan digeneralisasikan.

Menurut Mertha Jaya (2020 : 17), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variable, baik satu variable atau lebih. Lantas, penelitian deskriptif bersifat independen untuk mendapatkan gambaran tentang variable-variabel tersebut. Untuk pengolahan data dilakukan dengan menggunakan nilai mean, median, modus, standard deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, frekuensi, dan persentase. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau bidang tertentu.

3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

Menurut Preasetyo dan Jannah (2019:90) definisi konsep merupakan suatu definisi dalam bentuk yang abstrak yang mengacu pada ide-ide lain atau konsep lain yang untuk menjelaskan konsep pertama pada tujuan pustaka sebelumnya. Berdasarkan definisi konsep penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas Komunikasi, efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan didalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program, disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan (Hidayat, 1986:41). Berdasarkan hal tersebut maka jika dikaitkan dengan komunikasi dapat diartikan bahwa seberapa jauh pencapaian target untuk menyampaikan suatu pernyataan atau pesan oleh seseorang kepada orang lain.

Definisi operasional merupakan *variable* penelitian yang dimaksud untuk memahami arti setiap *variable* penelitian sebelum melakukan analisis, menentukan instrument, serta mengetahui sumber pengukuran. Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana mengukur variabel (Mertha Jaya, 2020 : 65). Berikut adalah definisi operasional dalam penelitian ini:

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
1	Efektivitas akun Youtube 'Menjadi Manusia' sebagai sarana <i>self healing</i> (X)	Tingkat efektivitas akun Youtube 'Menjadi Manusia' sebagai sarana <i>self healing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Content</i> 2. <i>Timing</i> 3. <i>Media</i> 4. <i>Format</i> 5. <i>Source</i> 	Likert

Tabel 2. Definisi Operasional

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber secara langsung memberikan data pada pengumpul data (Mertha Jaya, 2020 : 84). Data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran pertanyaan melalui kuesioner pada *subscribers* akun Youtube Menjadi Manusia.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data eksternal. Data eksternal adalah data yang berasal dari luar suatu perusahaan yang dapat menggambarkan kemungkinan yang akan mempengaruhi hasil kerja perusahaan (Mertha aya, 2020 : 84). Dalam penelitian ini sumber data eksternalnya berasal dari artikel-artikel tentang akun Youtube Menjadi Manusia.

3.4 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan hanya sekedar

jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2013 : 115).

Populasi dalam penelitian ini adalah *subscribers* akun Youtube Menjadi Manusia. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa *subscribers* Menjadi Manusia banyak yang meng-*subscribe* akun Youtube tersebut untuk menenangkan dan merefleksikan dirinya secara mental. Jumlah *subscribers* akun Youtube Menjadi Manusia per tanggal 21 November 2022 mencapai 882.000 *subscribers*, *subscribers* ini kemudian dijadikan peneliti sebagai populasi dalam penelitian.

3.5 Sampel

Sampel adalah bagian dari suatu jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (Sugiyono, 2013 : 116).

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Sampling diambil dengan prosedur secara kebetulan (*accidental sampling*). Responden pada penelitian ini adalah *subscribers* akun Youtube Menjadi Manusia dengan kriteria pengguna aktif aplikasi Youtube, dan pernah setidaknya menonton video Youtube Menjadi Manusia sebanyak 5 kali, berusia 18 sampai 25 tahun karena menurut data dari Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar) tahun 2018 menunjukkan prevalensi

gangguan mental emosional yang ditunjukkan dengan gejala-gejala depresi dan kecemasan terjadi pada *range* usia tersebut, dan juga pernah memberi komentar atau memberi likes pada video akun Youtube Menjadi Manusia. Berikut penentuan jumlah responden dengan rumus Slovin:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

n = Sampel, N = 831.000 (populasi), e = 10%/0,1 (batas toleransi kesalahan)

$$n = \frac{831000}{1 + (831000 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{831000}{1 + (831000 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{831000}{8311} = 99,9$$

Pembulatan menjadi 100, maka jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

Teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja secara tidak sengaja bertemu dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Dengan memberikan kuesioner *online* kepada setiap responden yang meng-*subscribe* Youtube Menjadi Manusia dalam kurun waktu minimal 1 bulan, berusia 18 sampai 25 tahun, serta sudah pernah menonton video konten di akun Youtube ‘Menjadi Manusia’

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya (Darmawan, 2013 : 159). Dalam penelitian ini teknik atau metode pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan Angket.

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Darmawan, 2013 : 199).

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrument pengumpulan data yang efisien, apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden (Mertha Jaya, 2020 : 91). Adapun pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2016 : 93), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, antara lain:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Untuk dapat menggolongkan jawaban ke kategori yang sangat tinggi, tinggi sedang, rendah dan sangat rendah, maka dapat ditentukan kelas interval sebagai berikut:

$$= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

- a. Untuk kategori sangat tidak baik = 1,00-1,75
- b. Untuk kategori tidak baik = 1,76-2,51
- c. Untuk kategori baik = 2,52-3,37
- d. Untuk kategori sangat baik = 3,38-4,00

3.7 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas menurut Hastono (2011 : 48) adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam mengukur suatu data. Untuk mengetahui validitas suatu instrument (dalam hal ini kuisioner) dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor totalnya. Suatu variabel (pertanyaan) dikatakan valid bila skor variabel tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang disebarakan kepada responden. Daftar pertanyaan yang dibuat sebelum disebarakan kepada responden yang menjadi sampe peneliti harus diuji kevalidan dan kerealibelannya agar daftar pertanyaan tersebut benar-benar mampun menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

Cara yang digunakan untuk menguji validitas ini adalah dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, dengan bantuan SPSS 16.0

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sumber: Hastono (2001: 49)

Keterangan:

r = Keeratan hubungan korelasi

n = Jumlah sampel

x = Total nilai variabel x

y = Total nilai variabel y

Kriteria keputusan:

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Hastono (2001 : 48) adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Pertanyaan dalam kuisisioner dapat dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus Koefisien Alfa (*Cronbach*), dengan bantuan SPSS 16.0. Rumus koefisien Alfa (*Cronbach*) yang digunakan adalah:

$$n = \left\{ \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \alpha_i^2}{\sum \alpha_i^2} \right] \right\}$$

Sumber: Arikunto (2002: 76)

Keterangan:

α = Nilai reliabilitas

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Nilai varian masing-masing item

$\sum \sigma_i^2$ = Varian total

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data tersebut dikatakan realibel
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka data tersebut dikatakan tidak realibel

3.8 Teknik Pengolahan Data

Ada beberapa tahap pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. *Editing*, pada tahap ini, aktivitas yang dilakukan adalah meneliti ulang data-data yang telah diperoleh, meliputi kelengkapan jawaban, kejelasan tulisan dan kesesuaian jawaban 1 dengan jawaban lainnya.
2. *Coding*, pada tahap ini dilakukan pembuatan kategori-kategori tertentu dari data-data yang diperoleh dalam penelitian. Tahap ini meliputi pemberian tanda atau simbol dari data yang telah diedit, sehingga dapat dikelompokkan dalam masing-masing variabel yang ditentukan.
3. Tabulasi. Tahap tabulasi adalah memastikan data yang telah dikategori dengan skor kedalam tabel sehingga dapat dihitung dengan jelas dan tetap.

3.9 Analisis Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan Analisis Deskriptif dalam menganalisis data. Menurut Mertha Jaya (2020 : 94), statistik deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel. Statistik

deskriptif seperti mean, median, modus, persentil, desil, *quartile*, dalam bentuk analisis angka maupun gambar/diagram. Dan, analisis deskriptif diolah pervariabel.

3.10 Crosstabulations

Analisis *crosstab* adalah suatu metode analisis berbentuk tabel yang menampilkan tabulasi silang dari data yang diamati. Tabulasi silang atau *table* kontingensi ini digunakan untuk mengidentifikasi dan mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Analisis *crosstab* merupakan metode untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks. Tabel yang dianalisis di sini adalah hubungan antara variabel dalam baris dengan variabel dalam kolom (Ghozali, 2011 dalam Mariani).

Analisis *crosstabs* memungkinkan penggunaan yang menyilangkan data pada variabel satu dengan variabel lainnya. Analisis *crosstab* dapat dilakukan pada variabel yang berbentuk ordinal atau nominal (Ghozali, 2011).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data mengenai Efektivitas Media Sosial Youtube Sebagai Sarana *Self Healing* (Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’), maka dapat diberika kesimpulan sebagai berikut:

1. Dimensi Isi Pesan merupakan dimensi dengan tingkat efektivitas paling tinggi yaitu sebanyak 97,5%, dimensi Saluran Komunikasi merupakan dimensi dengan tingkat efektivitas tertinggi kedua yaitu sebanyak 95,8%, dilanjutkan dengan dimensi Sumber Pesan sebanyak 94,8%, lalu dimensi format sebanyak 93,5% dan terakhir dimensi Ketepatan Waktu sebanyak 92%.
2. Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ efektif bagi responden dengan usia 21 tahun dan 22 tahun, dengan jenis pekerjaan mahasiswa. Selain itu, Youtube ‘Menjadi Manusia’ efektif bagi responden berjenis kelamin perempuan dengan lama meng*subscribe* dalam kurun waktu 1-6 bulan, dengan frekuensi penggunaan Youtube dalam sehari sebanyak 2-3 kali dan durasi 5-10 menit.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diberikan, diantaranya yaitu:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, baik dalam kajian media sosial, kesehatan mental, teori *new media* dan lain sebagainya.
2. Jika ada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel lain, seperti memberikan klasifikasi khusus.
3. Peneliti menyarankan kepada para *content creator* khususnya ruang lingkup kesehatan mental untuk selalu berinovasi dalam memproduksi dan menyajikan konten di media sosial khususnya Youtube, karena khalayak lebih menyukai kebaruan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Andre, Hardjana. 2000. *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Grasindo.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta : ASPIKOM

Cahyono, A.S. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*. Jawa Timur: Universitas Tulungagung

Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya

Fakhriyani,D.V. 2019. *Kesehatan Mental*. Jawa Timur: Duta Media Publishing

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Handayani, S. 2006. *Pengantar Studi Administrasi*. Jakarta : Gunung Agung

Hastono, SP. 2011. *Statistik Kesehatan*. Jakarta : Rajawali Pers

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta : Remaja Rosdakarya

Mertha Jaya, I Made Laut. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Penerbit Quadrant

Nasrullah, Rulli (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Nurudin. 2009.*Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Pawit Yusup, M. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Keputustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara

Prasetyo, Bambang, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sundari, Siti. 2005. *Kesehatan Mental Dalam Kehidupan*. Jakarta : Rineka Cipta

Zainuddin dan Masyhuri. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*. Bandung : Penerbit Alfabeta

Jurnal:

Abdul, Wase. 2018. *Pesan Dakwah Bergambar Melalui Instagram (Analisis Dakwah Bergambar di Akun Instagram teladan.rasul)*. Banten : UIN Sultan Maulana Hasanuddin <http://repository.uinbanten.ac.id/1958/>

Afifah, Siti. 2019. *Self Healing melalui Mind Healing Technique untuk mengatasi stress (Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Jurusan Tasawurf Psikoterapi Kelas D Angkatan 2016)*. Bandung : UIN Sunan Gunung Djati <http://digilib.uinsgd.ac.id/26548/>

Amaliatul, Lia Islami. 2016. *Self Healing Dalam Mengatasi Post Power Syndrome*. Banten : IAIN Sultan Maulana Hasanuddin <http://repository.uinbanten.ac.id/94/1/LIA%20AMALIATUL-123400142.pdf>

Armyati, Eky Okviana. 2015. *Analisa Perempuan Rentan Gangguan Jiwa. Ponorogo : Universitas Muhammadiyah Ponorogo* <http://eprints.umpo.ac.id/4911/1/ANALISA%20PEREMPUAN%20RENTAN%20GANGGUAN%20JIWA%20.pdf>

Asrar, Alisa Munaya. 2022. *Pengaruh Dukungan Sosial Teman Sebaya Terhadap Quarter Life Crisis Pada Dewasa Awal*. Manado : IAIN Manado

Budiman, Septi. 2018. *Pengaruh Efektivitas Terapi Self Healing Menggunakan Energi Reiki terhadap Kecemasan Menghadapi Ujian Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah (<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/psy/article/view/1227>)

Cahyani, Ni Komang Sri. 2021. *Gambaran Kesehatan Mental Mahasiswa Tingkat Akhir Prodi Sarjana Keperawatan ITEKES Bali Pada Masa Pandemi COVID-19*. Bali : ITEKES Bali <https://ojs.unud.ac.id/index.php/coping/article/view/76510>

Choesy, Berry. 2015. *Kesadaran Masyarakat Terhadap Penyakit Mental*. <https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13587/6417>

Darmawan, Achmad. 2019. *Efektivitas Media Sosial Instagram Plesbol Terhadap Kebutuhan Informasi di Kalangan Komunitas Chelsea Indonesia Suporter CLUB (CISC) Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara

Effiah, Arini Khamsiatul. 2020. *Self Healing Istri Korban Perselingkuhan Suami Di Pusat Kaunseling Majelis Agama Islam Negeri Sembilan Malaysia*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41628/>

Faiqah, Fatty. 2016. *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*. Makassar : Universitas Hasanuddin <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>

Feroza, C., & Misnawati, D. 2020. *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @YHOOPHII_OFFICIAL Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan.*

<https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/1397>

Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rindanda. 2020. *Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok.* Bandung : Universitas Padjajaran

Hasan, Fuad. 2013. *Implementasi Penanganan Trauma Psikologis Pada Siswa Korban Kekerasan Seksual Melalui Terapi Self Healing.* Surabaya : IAIN Sunan Ampel <https://fdokumen.com/document/implementasi-penanganan-trauma-psikologis-pada-skripsi-oleh-fuad-hasan-nim.html?page=1>

Kharisma, Dipta. 2017. *Efektivitas Organisasi Dalam Penyelenggaraan Pelayanan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.* Semarang : Universitas Diponegoro <https://media.neliti.com/media/publications/183710-ID-efektivitas-organisasi-dalam-penyelengga.pdf>

Khoirunasya, Zayyana. 2020. *Pesan Motivasi Dalam Bentuk Ilustrasi Melalui Instagram (Analisis Isi Pesan Dalam Akun Instagram @NKCTHI).* Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta <http://eprints.ums.ac.id/95308/>

Lim, Ricadona Priyanti. 2021. *Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Kesehatan Mental Instagramxiety Pada Remaja Di Kota Salatiga.* Salatiga : Universitas Kriten Satya Wacana <https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13757/6599>

Maani, Hikmatul. 2019. *Penggunaan Media Sosial "Instagram" Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar.* Surabaya : Universitas Negeri Surabaya <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/26572>

Mulawarman. 2017. *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan.* Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759/pdf>

Nakkok. 2016. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Academia Terhadap Pemenuhan dan Penyebaran Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU.* Medan : Universitas Sumatera Utara

Nurhadi, Z.F. 2020. *Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millenial.* Garut : Universitas Garut <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/1585>

Prihatiningrum, Sri. 2020. *Efektivitas Akun Instagram @aniesbaswedan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik (Analisis EPIC Model Pada Akun Instagram @aniesbaswedan).* Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Putri, Adisty Wismani. 2015. *Kesehatan Mental Masyarakat Indonesia (Pengetahuan, dan Keterbukaan Masyarakat Terhadap Gangguan Kesehatan Mental)* <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13535/0>

Putri, Ayoenda Fadiyah. 2021. *Efektivitas Informasi Instagram @Humaskabbdg Terhadap Citra Instansi Di Kalangan Followers*. Bandung : Universitas Komputer Indonesia <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5442/>

Sebayang, Della Aloysa. 2018. *Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Promosi "Molen Arab"(Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Media Sosial sebagai Sarana Promosi "Molen Arab" di Kalangan Mahasiswa USU)*. Medan: Universitas Sumatera Utara

Septiana, N.Z. 2021. *Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental dan Kesejahteraan Sosial Remaja Dimasa Pandemi COVID-19*. Kediri : IAIN Kediri <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/efektor/article/view/15632>

Zulkarnain. 2019. *Kesehatan Mental dan Kebahagiaan : Tinjauan Psikologi Islam*. Bangka Belitung : IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik <https://jurnal.lp2msasbabel.ac.id/index.php/maw/article/view/715>