

**PENGARUH KONTEN BERJUDUL KAMU JUGA MANUSIA, SEBUAH
DOKUMENTER TENTANG KESEHATAN MENTAL DI AKUN
YOUTUBE “MENJADI MANUSIA” TERHADAP SIKAP GEN Z DALAM
MENJAGA KESEHATAN MENTAL**

(SKRIPSI)

Oleh :

Hemalina

2116031005



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANDAR LAMPUNG**

2025

**PENGARUH KONTEN BERJUDUL KAMU JUGA MANUSIA,
SEBUAH DOKUMENTER TENTANG KESEHATAN MENTAL
DI AKUN YOUTUBE “MENJADI MANUSIA” TERHADAP
SIKAP GEN Z DALAM MENJAGA KESEHATAN MENTAL**

**Oleh
HEMALINA**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI
Pada
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN BERJUDUL KAMU JUGA MANUSIA, SEBUAH DOKUMENTER TENTANG KESEHATAN MENTAL DI AKUN YOUTUBE “MENJADI MANUSIA” TERHADAP SIKAP GEN Z DALAM MENJAGA KESEHATAN MENTAL

Oleh

Hemalina

Masyarakat memiliki gaya hidup baru yang bergantung pada perangkat elektronik sehingga mampu mempengaruhi opini publik dan perilaku individu. Salah satu medianya yaitu YouTube, menduduki persentase pengguna tertinggi yang didominasi usia 18 tahun keatas (Gen Z) sejak tahun 2020. Gen Z antara 18-27 tahun memiliki risiko yang lebih tinggi mengalami masalah mental akibat penggunaan media sosial berlebihan. 18% responden kelahiran tahun 1997-2012 yaitu Gen Z merasa kesehatan mentalnya buruk dari berbagai aspek kehidupan. Akun YouTube Menjadi Manusia yang dikenal menyajikan materi tentang kesehatan mental melalui cara *storytelling* tentu diharapkan bisa meningkatkan pemahaman penonton khususnya Gen Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di akun YouTube 'Menjadi Manusia' terhadap sikap gen z dalam menjaga kesehatan mental dalam sudut pandang teori *uses and effect*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 100 responden. hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan dari menonton konten berjudul Kamu Juga Manusia terhadap sikap gen z dalam menjaga kesehatan mental dengan t hitung $13,571 > 1,984$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Serta nilai pengaruhnya sebesar 65,3% dengan kategori kuat yang didasarkan pada uji koefisien determinasi.

Kata kunci : YouTube, Konten, Kesehatan Mental, Gen Z

ABSTRACT

THE IMPACT OF THE CONTENT ENTITLED “KAMU JUGA MANUSIA, SEBUAH DOKUMENTER TENTANG KESEHATAN MENTAL” ON THE YOUTUBE ACCOUNT ‘MENJADI MANUSIA’ ON THE ATTITUDE OF GEN Z IN MAINTAINING MENTAL HEALTH”

By

Hemalina

Society has a new lifestyle that relies on electronic devices that can influence public opinion and individual behavior. One of the media, YouTube, has the highest percentage of users dominated by 18 years old and above (Gen Z) since 2020. Gen Z between 18-27 years old has a higher risk of experiencing mental problems due to excessive social media use. 18% of respondents born in 1997-2012, Gen Z, felt that their mental health was poor from various aspects of life. The YouTube account Menjadi Manusia, which is known for presenting material about mental health through storytelling, is certainly expected to increase the understanding of the audience, especially Gen Z. Therefore, this study aims to determine the audience's understanding of mental health through storytelling. Therefore, this study aims to measure how much influence the content entitled You Are Also Human, A Documentary About Mental Health on the YouTube account 'Menjadi Manusia' has on Gen Z's attitude towards maintaining mental health in terms of the uses and effects theory. This study uses a quantitative approach with a survey method to 100 respondents. the results showed that there was a significant positive effect of watching content entitled Kamu Juga Manusia on the attitude of gen z in maintaining mental health with t count $13.571 > 1.984$ t table then H_0 was rejected and H_1 was accepted. And the influence value is 65.3% with a strong category based on the coefficient of determination test.

Keywords: YouTube, Content, Mental Health, Gen Z

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun YouTube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental.

Nama Mahasiswa : Hemalina

Nomor Pokok Mahasiswa : 2116031005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Wulan Saciska, S.I.Kom., M.Si.

NIP 198007282005012001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.

NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.



Penguji Utama : Dra Ida Nurhaida, M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina, S.Sos., M.Si.

NIP 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 3 Maret 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hemalina
NPM : 2116031005
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jalan Diponegoro Gulak Galik Teluk Betung Utara
Bandar Lampung
No. Handphone : 0896 5962 9987

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Documenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun 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, 21 Januari 2025
Yang membuat Pernyataan,


Hemalina
NPM. 2116031005

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Hemalina. Penulis adalah anak ketujuh dari tujuh bersaudara, buah hati dari pasangan Abidin (alm) dan Halimah. Penulis mengawali pendidikan di TK Cut Mutia Bandar Lampung. Setelah itu, penulis menamatkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 3 Gulak Galik Bandar Lampung selama enam tahun. Setelahnya, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Bandar Lampung selama tiga tahun, dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Bandar Lampung selama tiga tahun. Pada tahun 2021, penulis adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, yang diterima melalui Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi (SNMPTN).

Selama menjalani perkuliahan, penulis aktif pada kegiatan kampus dan luar kampus dengan menjadi *copywriter* dalam Bidang Periklanan di HMJ Ilmu Komunikasi periode 2022-2023, menjadi PIC *Newscasting* pada UKM-U ESo Unila serta menjadi *Broadcaster Academy* atau penyiar radio pelajar di Pro 2 RRI Bandar Lampung. Penulis juga aktif menjuarai perlombaan *newscasting* tingkat nasional pada 2021-2022 sehingga berhasil bergabung untuk bekerja di media pemberitaan Kompas TV biro Lampung mulai tahun 2022 hingga 2025 sebagai presenter dan reporter. Penulis juga seringkali diminta untuk menjadi pelatih bahkan juri untuk perlombaan *newscasting* tingkat SMA maupun kuliah. Dalam dunia perkuliahan, penulis turut mengabdikan diri pada Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Rebang Tinggi Kecamatan Banjit Kabupaten Way Kanan Lampung pada Januari-Februari tahun 2024.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karunia dan kebaikan-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik.

Karya ini penulis persembahkan sebagai ungkapan cinta, pengabdian, dan kasih sayang kepada :

Kedua Orang Tuaku, Ibu (Halimah) dan Ayah (Abidin) alm yang telah tenang di sisi-Nya.

Serta keenam kakakku terutama Hardianti S.E.

Sebagai sosok keluarga yang selalu penulis rasakan kehadirannya, baik dari jauh maupun dekat. Terima kasih karena selalu mendorong, memotivasi, dan senantiasa menguatkan sampai saat ini dan seterusnya. Terima kasih atas kasih sayang yang tak henti-hentinya, pengingat, waktu, dan doa yang senantiasa mendampingi penulis untuk menyelesaikan tulisan ini dengan sebaik-baiknya.

MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan bahwa kehidupan ini akan mudah, Tetapi Allah SWT berjanji bahwa :

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al Insyirah:5-6)

“You miss 100% of the shots you don’t take” -Wayne Gretzky

SANCAWANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun YouTube ‘Menjadi Manusia’ Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental”, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis sadar bahwa skripsi ini memiliki kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada :

1. Allah SWT yang dengan maha baik-Nya beserta segala rahmat dan kebesaran-Nya menjadi sumber kekuatan, kemudahan, kelancaran, dan kesehatan penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof.Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., sebagai dosen pembimbing skripsi. Dengan segala bentuk rasa syukur, penulis sangat berterimakasih atas segala waktu, kepercayaan, kesempatan, bimbingan, ilmu, nasehat, pengalaman yang sangat bermanfaat dalam membantu penulis untuk menjadi pribadi yang berproses setiap harinya. Selain menjadi mentor selama proses bimbingan skripsi, terimakasih juga sudah menjadi sesosok

6. ibu dan *role model* yang senantiasa menjadi panutan, memahami, mendukung, dan mendoakan penulis.
7. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., sebagai dosen penguji. Terimakasih atas segala kebaikan, saran, dorongan, ilmu yang sangat bermanfaat, dan waktu yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Dosen Pembimbing Akademik, Dr. Abdul Firman Ashaf, M.Si., Terima kasih senantiasa membantu dan mempermudah segala urusan akademik penulis selama masa perkuliahan sampai akhir.
9. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang senantiasa membantu proses akademik penulis selama masa perkuliahan sampai selesai, khususnya kepada Mas Redy, dan Bu Is. Terimakasih sudah senantiasa memudahkan penulis berjuang di akhir semester.
10. Keluargaku, Ibu, Anti, dan Ayah yang sudah tenang di sisi-Nya. Terimakasih atas kepercayaan, dukungan, doa, dan kemudahan yang telah diberikan. Terimakasih sudah senantiasa melakukan yang terbaik untuk memfasilitasi penulis baik dari segi mental, fisik, maupun materi. Pun untuk setiap doa baik yang tak henti-hentinya kepada penulis.
11. Jihan Septa Dinata S.Kom yang senantiasa selalu ada untuk menemani, mengajarkan dan membantu dalam proses pembuatan skripsi sampai akhirnya selesai. Terimakasih sudah memberikan rasa aman, mendengarkan, menenangkan dan menghibur penulis, serta memberikan solusi terbaik. Terimakasih sudah mendorong penulis untuk selalu berproses dalam kehidupan mahasiswa akhir. Untuk segala kebaikan, cerita, dan kenangan baik, semoga Allah balas berlipat dengan penuh rahmat-Nya.
12. Sahabat Ilkom ku, Mayra, Julia dan Bibin yang senantiasa menjadi bagian dari perjalanan penulis dari awal perkuliahan. Terimakasih sudah mau saling support satu sama lain, dan untuk momen baik dan konyol lain yang telah kita buat.
13. Kantor Kompas TV Lampung. Terimakasih atas kesempatan serta pengalaman berharga yang takkan terlupakan bagi penulis. Terimakasih sudah menjadi rumah kedua bagi penulis untuk mengerjakan skripsi.

14. Crew Rumah Belajar Diponegoro. Terimakasih Bu Dina beserta ibu guru lainnya yang sudah percaya kepada penulis untuk menjadi tutor mata pelajaran Bahasa Inggris selama penulis mengerjakan skripsi. Juga telah menghibur peneliti dan pengertian layaknya seorang ibu.
15. Teman-teman angkatan 2021 yang membentuk cerita baik perkuliahan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kenangan baik dari awal masa orientasi universitas baik online maupun offline sampai selesai.
16. Semua pihak, termasuk teman-teman dan responden yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan kemudahan yang telah diberikan.

Bandar Lampung, 21 Januari 2025

Penulis

Hemalina

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pikir.....	9
1.6 Hipotesis	10
II. LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Media Sosial	16
2.3 Youtube	18
2.4 Konten Youtube Menjadi Manusia	19
2.5 Kesehatan Mental.....	21
2.6 Generasi Z.....	24
2.7 Sikap	25
2.8 Teori <i>Uses and Effect</i>	26
III. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Tipe Penelitian	30
3.1.1 Variabel bebas atau <i>independent</i> (X).....	30
3.1.2 Variabel terikat atau <i>dependent</i> (Y).....	30
3.2 Definisi Konseptual.....	31

3.3	Definisi Operasional.....	33
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Sumber Data	40
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	41
3.8	Teknik Pengujian Instrumen.....	41
3.9	Teknik Analisis Data	42
3.9.1	Regresi Linier Sederhana	42
3.9.2	Koefisien Korelasi	43
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2)	44
3.10	Teknik Pengujian Hipotesis	45
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Uji Instrumen Penelitian.....	46
4.1.1	Hasil Uji Validitas 30 Responden Diluar Sampel	49
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden Diluar Sampel	51
4.2	Hasil Uji Data	52
4.2.1	Karakteristik Responden	52
4.2.2	Statistik Deskriptif Informasi Umum.....	54
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental (X).....	55
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel Sikap Gen Z Dalam Menjaga Kesehatan Mental (Y).....	72
4.2.5	Persentase Kumulatif Variabel X dan Y	83
4.2.6	Rata-rata Persentase Likert (perdimensi).....	85
4.3	Hasil Analisis Data.....	86
4.3.1	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	87
4.3.2	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	88
4.3.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	89
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis.....	90
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	92

4.4.1	Pembahasan Variabel Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental (X).....	93
4.4.2	Pembahasan Variabel Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental (Y).....	96
4.4.3	Pembahasan Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental.	98
4.4.4	Pembahasan Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental (X) Terhadap Sikap Gen Z (Y) dalam Menjaga Kesehatan Mental dalam Sudut Pandang Teori <i>Uses and Effect</i>	100
V.	PENUTUP	107
5.1	Kesimpulan	107
5.2	Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....		109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Survei Pengguna Media Sosial oleh Data Reportal.....	2
Gambar 2. Survei McKinsey oleh DataIndonesia.id	5
Gambar 3. <i>Playlist</i> Rawat Kesehatan Mentalmu pada akun YouTube Menjadi Manusia.....	6
Gambar 4. Kerangka Pikir.....	9

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2. Definisi Operasional.....	34
Tabel 3. Skor Skala Likert.....	40
Tabel 4. Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 5. Hasil Uji Validitas 30 Responden Pada Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental (X) Instrumen Penelitian	49
Tabel 6. Hasil Uji Validitas 30 Responden Sikap Gen Z Dalam Menjaga Kesehatan Mental (Y) Instrumen Penelitian.....	50
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas	51
Tabel 8. Hasil Output Uji Reliabilitas 30 Responden Pada Pengaruh Konten (X).....	51
Tabel 9. Hasil Output Uji Reliabilitas 30 Responden Pada Sikap Gen Z (Y).....	52
Tabel 10. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 11. Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 12. <i>Subscribe</i> akun YouTube “Menjadi Manusia”	55
Tabel 13. Sudah menonton konten video	55
Tabel 14. Dimensi Instrumen Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental (X)	56
Tabel 15. Pernyataan Kredibilitas 1.....	56
Tabel 16. Pernyataan Kredibilitas 2.....	57
Tabel 17. Pernyataan Kredibilitas 3.....	57
Tabel 18. Pernyataan Kredibilitas 4.....	58
Tabel 19. Pernyataan Kredibilitas 5.....	58
Tabel 20. Pernyataan Kredibilitas 6.....	59
Tabel 21. Pernyataan Daya Tarik 7	60
Tabel 22. Pernyataan Daya Tarik 8	61

Tabel 23. Pernyataan Daya Tarik 9	61
Tabel 24. Pernyataan Daya Tarik 10	62
Tabel 25. Pernyataan Kekuasaan 11	63
Tabel 26. Pernyataan Kekuasaan 12	63
Tabel 27. Pernyataan Isi Konten Menarik Perhatian 13	65
Tabel 28. Pernyataan Isi Konten Menarik Perhatian 14	65
Tabel 29. Pernyataan Isi Konten Menarik Perhatian 15	66
Tabel 30. Pernyataan Isi Konten Dapat Dimengerti 16	67
Tabel 31. Pernyataan Isi Konten Dapat Dimengerti 17	67
Tabel 32. Pernyataan Isi Konten Dapat Dimengerti 18	68
Tabel 33. Pernyataan Isi Konten Dapat Dimengerti 19	69
Tabel 34. Pernyataan Isi Konten Dapat Diterima 20	70
Tabel 35. Pernyataan Isi Konten Dapat Diterima 21	70
Tabel 36. Pernyataan Isi Konten Dapat Diterima 22	71
Tabel 37. Dimensi Instrumen Sikap Gen Z (Y)	72
Tabel 38. Pernyataan Kognitif 1	72
Tabel 39. Pernyataan Kognitif 2	73
Tabel 40. Pernyataan Kognitif 3	73
Tabel 41. Pernyataan Kognitif 4	74
Tabel 42. Pernyataan Kognitif 5	74
Tabel 43. Pernyataan Afektif 6	75
Tabel 44. Pernyataan Afektif 7	76
Tabel 45. Pernyataan Afektif 8	76
Tabel 46. Pernyataan Afektif 9	77
Tabel 47. Pernyataan Afektif 10	77
Tabel 48. Pernyataan Afektif 11	78
Tabel 49. Pernyataan Konatif 12	79
Tabel 50. Pernyataan Konatif 13	79
Tabel 51. Pernyataan Konatif 14	80
Tabel 52. Pernyataan Konatif 15	80
Tabel 53. Pernyataan Konatif 16	81
Tabel 54. Pernyataan Konatif 17	81

Tabel 55. Pernyataan Konatif 18	82
Tabel 56. Kategori persentase nilai setiap pertanyaan.....	83
Tabel 57. Kategori item pada variabel X	84
Tabel 58. Kategori item pada variabel Y	85
Tabel 59. Rata-rata persentase skala likert.....	86
Tabel 60. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	87
Tabel 61. Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	88
Tabel 62. Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	89
Tabel 63. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	90
Tabel 64. Hasil Uji Hipotesis	91

I. PENDAHULUAN

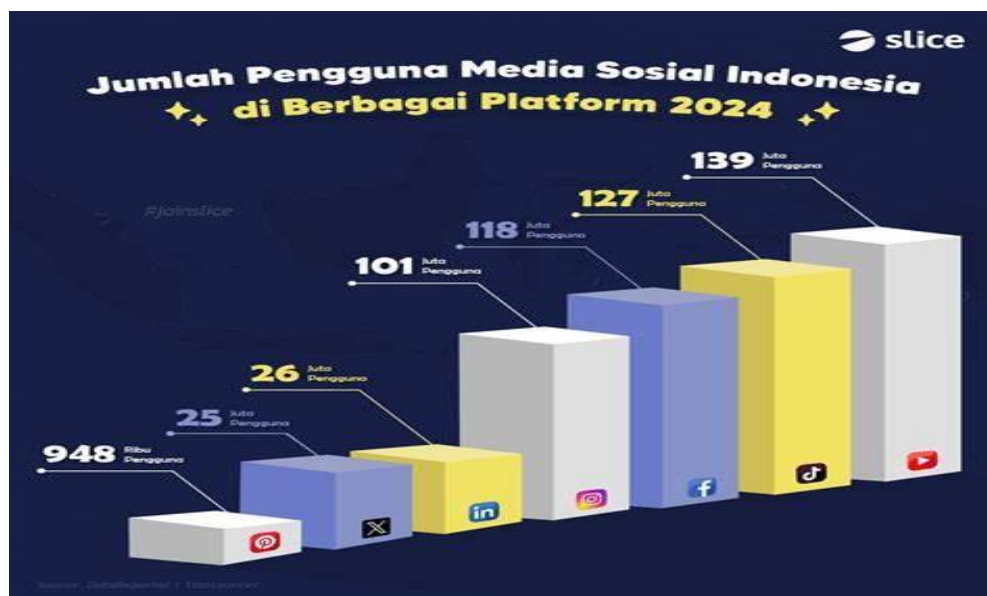
1.1 Latar Belakang

Dunia modern berkembang pesat di ranah digital dan masyarakat memiliki gaya hidup baru yang tergantung pada perangkat elektronik. Akhir-akhir ini, digitalisasi sangat terkait dengan diskusi di dunia maya dan dunia nyata. Indonesia juga melihat peningkatan penggunaan sistem digital (Apyanto, 2022). Ada banyak inovasi dan teknologi digital di mana-mana dan salah satu teknologi digital yang selalu digunakan setiap hari oleh masyarakat ialah media sosial yakni untuk berkirim pesan dengan teman, bertukar informasi, hingga mencari konten yang sedang populer di lingkungan sekitar. Artinya Saat ini, sosial media menjadi bagian penting dari interaksi manusia (Ardiansyah dkk., 2024).

Didasarkan pada landasan teoritis dalam buku Komunikasi 2.0 (Junaedi, 2011), Social media, jenis media baru, memungkinkan orang untuk berbicara dengan intens, berpartisipasi, berbagi, dan membangun jaringan online. Selain itu, mereka yang menggunakannya cenderung berbicara dengan ekspresif.. Kekuatan sosial mampu mempengaruhi opini public dan perilaku individu, serta dapat menyebabkan penggalangan dukungan atau gerakan massa (Watie, 2016). Terbukti bahwa media sosial memiliki tingkat materi interaktif yang sangat tinggi.

Salah satu dari berbagai *platform* media sosial yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi adalah YouTube. YouTube adalah situs video berbasis web yang membuat pengguna memposting atau berbagi rekaman ke seluruh penggunanya. Kemunculannya sangat berdampak pada masyarakat karena mudah digunakan, tidak mahal dan dapat diakses di mana saja dengan perangkat yang sesuai. YouTube memiliki beberapa keuntungan seperti informatif, hemat biaya atau gratis hanya perlu internet, YouTube semakin populer, praktis, dan lengkap hingga kita dapat berinteraksi atau berdiskusi dengan orang lain di kolom komentar konten (Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, 2016).

Beberapa tahun terakhir, YouTube telah mendapatkan banyak popularitas di seluruh dunia, khususnya di Indonesia. Menurut (Kemp, 2024), Datareportal menunjukkan dari sumber daya periklanan Google menunjukkan bahwa Indonesia memiliki total 139 juta pengguna YouTube sejak Oktober 2023 hingga awal tahun 2024. Di sisi lain pada bulan dan tahun yang sama yakni Oktober 2023, terdapat 2,49 miliar pengguna YouTube aktif bulanan di seluruh dunia, dimana sebanyak 54,4% dari seluruh pengguna YouTube di seluruh dunia yang berusia di atas 18 tahun adalah laki-laki, sedangkan perempuan mencapai 45,6%. (Annur, 2023).



Gambar 1. Survei Pengguna Media Sosial oleh Data Reportal.

Berdasarkan gambar diatas terlihat pada tahun 2024, Indonesia memiliki 139 juta pengguna media sosial YouTube. Dari semua platform media sosial, YouTube menjadi yang paling dominan, dengan jumlah pengguna terbesar. Hal ini disebabkan oleh format konten video yang menarik, mudah diakses, dan relevan untuk berbagai kelompok usia di Indonesia. Konten edukasi, hiburan, dan dokumenter yang banyak ditemukan di YouTube menjadi salah satu daya tarik utama platform ini serta sebagai tempat pertama mereka mencari konten video (Rico Frenaldi Tokanto, 2021).

Saat ini, tak sedikit masyarakat yang menggunakan dan memanfaatkan YouTube bukan hanya untuk hiburan semata, melainkan sebagai sarana edukasi. Maraknya konten kreator di YouTube berusaha mengedukasi masyarakat atau penontonnya baik mereka yang berasal dari kalangan profesional sampai non profesional sekalipun. Salah satunya adalah mengedukasi mengenai peduli kesehatan mental karena pencapaian tujuan pembangunan global dapat dikatakan bergantung pada kesehatan mental. Mengutip dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk (2024) Fokus utama strategi pembangunan berkelanjutan mencakup, prinsip energi terbarukan, konsep penting dalam pembangunan, implementasi pembangunan berkelanjutan, aspek sosial dan aspek ekologi manusia. Kesehatan mental merupakan salah satu dari aspek sosial yang menjadi indikator dari strategi penerapan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs). Dimana hal ini didukung oleh penelitian (Silfia Dini Pratiwi, 2022) yang menyebutkan bahwa kesehatan mental menjadi tujuan ketiga dari penerapan SDGs yaitu tentang kesehatan yang baik (*good health and well-being*).

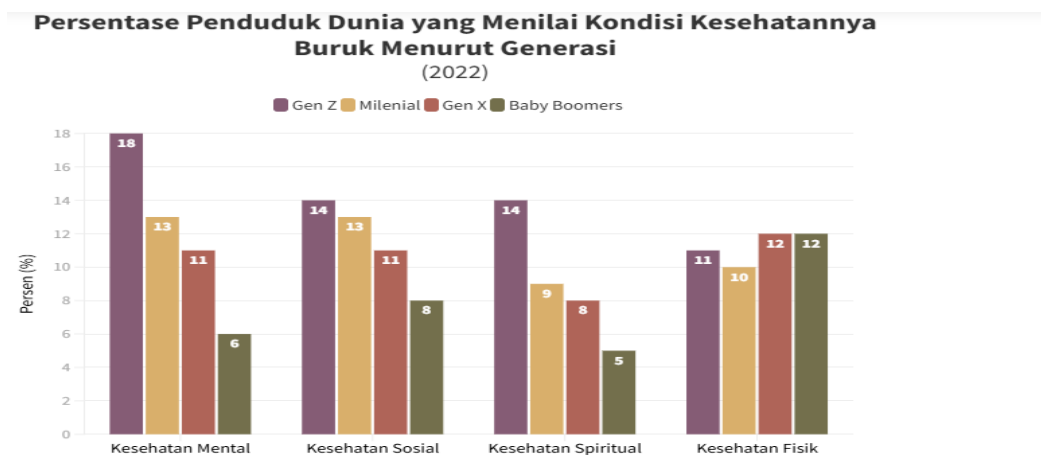
Hal ini diperkuat dengan argumen yang dijelaskan dalam penelitian Sembiring & Hermanto (2023) yang mana menyebutkan bahwa kesehatan mental harus menjadi prioritas, setara dengan kesehatan fisik dalam jaminan kesehatan nasional. Kesehatan jiwa berperan besar dalam mewujudkan sumber daya manusia unggul. Dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 2030, kesehatan jiwa menjadi salah satu indikator, masalah

gangguan kesehatan mental dapat membuat seseorang menjadi tidak bisa produktif. Generasi muda yang mentalnya sehat dan jiwanya bahagia maka masa depannya akan produktif.

Namun, penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan sosial media dapat memengaruhi kesehatan mental (Ilat dkk., 2023). Hal ini didukung menurut penelitian *National Institute of Mental Health* bahwa remaja Generasi Z yang berusia antara 18 dan 25 tahun memiliki risiko lebih tinggi mengalami masalah mental akibat penggunaan media sosial yang berlebihan. (Bakar dkk., 2022).

Generasi Zoomer atau dikenal sebagai Gen Z lahir antara tahun 1997 hingga 2012, Gen Z merupakan generasi pertama yang mengenal teknologi di usia muda. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Gen Z lebih akrab dengan teknologi dan media sosial sehingga bergantung pada internet karena hidup di era globalisasi (Wijaya dkk., 2023). Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) PBB sebagian besar bergantung pada Gen Z untuk mencapainya. Hal ini disebabkan oleh luasnya akses dan pengetahuan Gen Z sehingga memberi mereka peluang besar untuk memimpin dan membantu mencapai tujuan tersebut.

Menurut DataIndonesia.id (Pratiwi, 2023) , Hasil survey yang dilakukan oleh *McKinsey Health Institute* pada 5 Mei-2 November 2022 terhadap 41. 960 orang di 26 negara menunjukkan bahwa 18% responden kelahiran tahun 1997-2012 yaitu Gen Z merasa kesehatan mentalnya buruk dari berbagai aspek kehidupan yang meliputi aspek keuangan, pendidikan dan karir, kesehatan, kehidupan berkeluarga hingga perspektif politik.



Gambar 2. Survei McKinsey oleh DataIndonesia.id

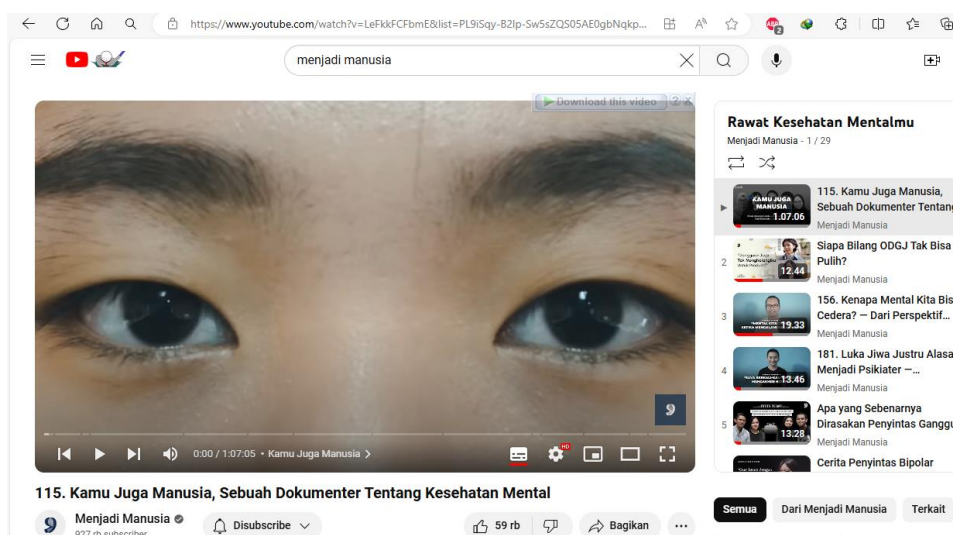
(Sumber : DataIndonesia.id)

Gambar grafik diatas menunjukkan perbandingan dari penilaian kondisi kesehatan yang dimiliki oleh masing-masing generasi di setiap indicator kesehatan. Pada kesehatan mental, generasi Z merupakan generasi yang paling banyak menganggap buruk kesehatan mental yang mereka miliki dengan persentase sebesar 18%. Nilai ini menjadi nilai tertinggi dibandingkan dengan generasi lain yang menganggap buruk kesehatan mental yang mereka miliki. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z cukup sadar akan kesehatan mental yang mereka miliki.

Dengan hadirnya akun “Menjadi Manusia” yang dikenal sebagai tempat cerita di berbagai media sosial salah satunya YouTube, tentu bisa meningkatkan pemahaman, kepedulian hingga penonton khususnya Gen Z dapat mengambil pelajaran akan kesehatan mental mereka. Diketahui akun Menjadi Manusia yang memiliki nama PT. Kreasi Keberagaman Indonesia bergabung ke YouTube sejak 10 April 2018 dan sudah fokus pada berbagi video yang menceritakan sudut pandang banyak orang. Dari sekian banyaknya media yang menyajikan konten mengenai *self improvement*, akun YouTube “Menjadi Manusia” tidak terkesan menggurui, hal ini dibuktikan dengan menyajikan materi tentang masalah kehidupan melalui bercerita berdasarkan pengalaman pribadi seseorang, dan psikiater sampai dengan cara mengatasi masalah mereka sendiri. Sehingga sampai saat ini (19 Mei 2024) akun

YouTube “Menjadi Manusia” memiliki sebanyak 925 ribu *subscriber*. Menurut (Paramayu dkk., 2023) dengan melihat komentar di postingan media sosial Menjadi Manusia seperti YouTube, ditemukan bahwa pengikut akun tersebut terdiri dari berbagai jenis orang yang tertarik tentang kesehatan mental, mencari tujuan hidup, mencari pertumbuhan pribadi, atau menangani masalah kesehatan mental. Orang yang tertarik mempelajari lebih lanjut tentang kesehatan mental mungkin bisa dikategorikan sebagai pengikut akun media sosial “Menjadi Manusia”. Selain itu, mereka memberikan kesan bahwa mereka mengkhawatirkan kesehatan mental mereka sendiri dan orang lain.

Akun YouTube “Menjadi Manusia” memiliki 20 *playlist* video diantaranya Detik-Detik dalam Hidup, Berbagi Perspektif edisi Hari Perempuan Sedunia 2024, Mencoba Memahami, Belajar Hidup, Bertukar Cerita, Bergerak Berdampingan, Merayakan Cinta, Menemukan Cinta dalam Sekejap, Melihat Harapan dalam Sudut Pandang, Tanda Tanya, Rawat Kesehatan Mentalmu, Untuk Ditonton saat Butuh Semangat, Cerita Mereka, Berbagi Perspektif, Dari Hati, Rumah dan Keluarga, Pilihan Hidup dan Cita-cita, Tentang Cinta, Titik Temu, Surat Untuk, dan Kontemplasi.



Gambar 3. *Playlist* Rawat Kesehatan Mentalmu pada akun YouTube Menjadi Manusia

Fokus dalam penelitian ini adalah meneliti salah satu video dari total 29 video yang ada pada *playlist* Rawat Kesehatan Mentalmu yang berjudul “Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental”. Video ini memiliki penonton terbanyak dibandingkan dengan video lainnya di *playlist* tersebut yakni 1,1 juta penonton (diakses pada 2 Juli 2024). Semua konten dalam *playlist* tersebut membahas mulai dari pengenalan tentang kesehatan mental, strategi pengelolaan stress, penyakit mental umum, kesehatan emosional, *self care* hingga motivasi agar datang kualitas hidup lebih baik serta kebahagiaan yang dikemas dalam *storytelling*. Kemudian dalam video yang akan dibahas oleh peneliti menjadi sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman Gen Z tentang kesehatan mental melalui pesan yang disampaikan sehingga membantu Gen Z bisa mengambil sikap. Video berdurasi 1 jam 7 menit ini mencakup banyak hal mulai dari penjelasan kesehatan mental, penjelasan gangguan mental, cerita dari penyintas bipolar disorder, penyintas *schizophrenia*, penyintas *obsessive-personality disorder*, penyintas *dissociative identity disorder/ multiple personality disorder*, lalu mengetahui bagaimana perkembangan kesadaran kesehatan mental di Indonesia, penjelasan *expert* mengenai fenomena *self-diagnosis*, pertolongan pertama, sampai kepada pesan untuk penonton.

Dengan menggunakan Teori *Uses and Effect* (1979) karya Sven Windhal, peneliti mengkaji fakta dan data yang disebutkan. Hipotesis ini didasarkan pada gagasan bahwa konsumen media mempunyai beragam pengaruh terhadap individu. Dalam teori ini, media hanya berfungsi sebagai perantara dan proses tersebut disebut efek. Mereka juga memiliki kemampuan untuk mengecualikan, mencegah, atau mengurangi aktivitas lain. Mereka juga dapat melakukan dua proses sekaligus, dan dalam hal ini, mereka akan menerima efek dan konsekuensi dari proses tersebut.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas maka peneliti akan melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengambil judul **“Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang**

Kesehatan Mental di Akun Youtube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan merumuskan masalah sebagai berikut: seberapa besar Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah mengidentifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengukur besar Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan baik secara konseptual maupun praktis, temuan penelitian ini akan bermanfaat. Kegunaan tersebut yakni sebagai berikut :

Secara teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu mengembangkan penelitian ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan media sosial.

Secara praktis

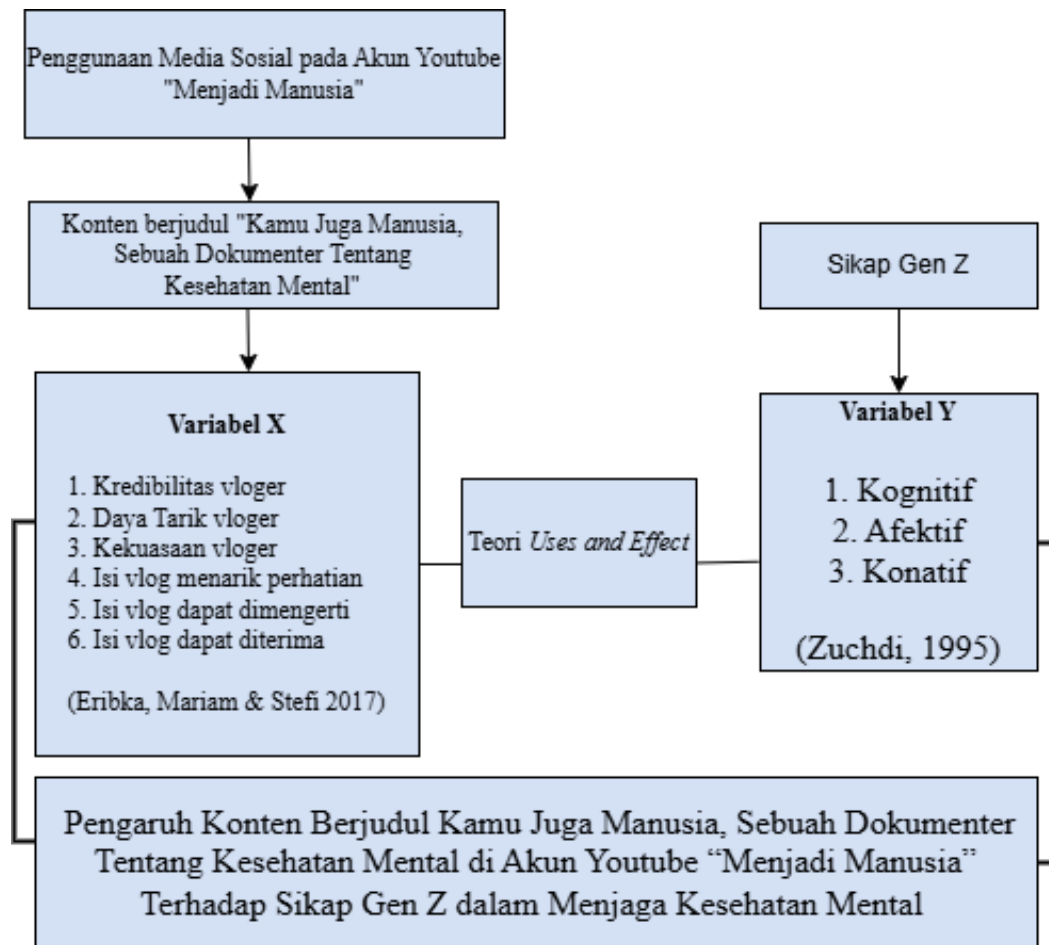
Diharapkan kajian ini memiliki manfaat praktis bagi pengguna YouTube, terutama bagi kreator konten yang membahas kesehatan mental sebagai referensi untuk mengambil tindakan konkret dan melakukan terobosan yang lebih baik dalam merawat kesehatan mental. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.5 Kerangka Pikir

Kerangka berpikir dibuat berdasarkan tinjauan literatur, memberikan penjelasan singkat tentang gejala yang menjadi subjek penelitian dan juga menunjukkan cara peneliti berpikir serta hubungan antara variabel yang ditelitinya. Kerangka berpikir digunakan oleh peneliti untuk mengevaluasi perencanaan dan mendukung kecenderungan asumsi (Fallenia dkk., 2023).

Penelitian ini berdasarkan Teori *uses and effect* yang ditemukan oleh Sven Windahl (1979). *Uses and effect* merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara pengguna, media, khalayak serta dampak yang ditimbulkannya. Penulis menggunakan teori *uses and effect* untuk melihat pengaruh konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental. Dalam teori ini, kebutuhan bukanlah satu-satunya faktor seseorang menggunakan suatu media, maka dari itu, peneliti akan melihat dari enam indikator terkait penyampaian dalam suatu konten atau video diantaranya kredibilitas vlogger, daya tarik vlogger, kekuasaan vlogger, isi vlog menarik perhatian, isi vlog dapat dimengerti dan isi vlog dapat diterima. Selanjutnya untuk meneliti sikap Gen Z setelah menonton video atau vlog pada akun Youtube “Menjadi Manusia” tersebut, peneliti memasukkan tiga komponen utama membentuk perspektif atau sikap seseorang yakni kognitif, afektif, dan konatif.

Berikut kerangka pikir pada judul Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental



1.6 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban dasar atas pertanyaan penelitian dan disajikan sebagai pernyataan dengan menggunakan penalaran logis berdasarkan teori, temuan penelitian, dan fenomena aktual di lapangan (Yam & Taufik, 2021). Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah, maka hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube "Menjadi Manusia" Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental.

H_1 : Terdapat Pengaruh Konten Berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube "Menjadi Manusia" Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel berikut menunjukkan hasil penelitian sebelumnya dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1	Peneliti	Fajar Hadi Saputra, Cholifah/ Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Jakarta Selatan/ 2022.
	Judul	Pengaruh Narasi dalam Konten Vlog <i>Channel</i> YouTube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap dalam Menjaga Kesehatan Mental.
	Fokus	Menilai bagaimana cerita dalam vlog tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap narasi pemeliharaan kesehatan mental dan transportasi.
	Pendekatan	Survei eksplanatif asosiatif.
	Teori	<i>Transportation theory</i> dan <i>entertainment overcoming resistance model</i> .
	Simpulan	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa baik pendongeng maupun penerima cerita dalam narasi saluran vlog YouTube "Menjadi Manusia" memiliki dampak menguntungkan pada narasi transportasi, yang pada gilirannya berdampak baik pada sikap masyarakat terhadap menjaga kesehatan mental.

	Perbedaan dengan penelitian terdahulu	Kajian yang disebutkan tersebut membahas perihal pengaruh narasi dalam semua konten yang ada di dalam YouTube Menjadi Manusia sedangkan penyelidikan yang akan dilakukan para ulama bertujuan untuk menilai pengaruh isi konten YouTube Menjadi Manusia yang hanya berfokus pada satu video yang ada pada <i>playlist</i> Rawat Kesehatan Mentalmu yaitu berjudul “Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental”. Kemudian pendekatan dan teori yang digunakan juga berbeda. Terakhir, peneliti akan meneliti sikap pada usia yang lebih spesifik yakni Gen Z (12-27 tahun).
	Kontribusi penelitian	Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memiliki pemahaman tentang bagaimana cerita-cerita dalam konten vlog channel YouTube Menjadi Manusia mempromosikan sikap menjaga kesehatan mental.
2	Peneliti	Azizah Paramayu, Agus Rusmana, Nuning Kurniasih/ Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi/ Universitas Padjajaran/ 2023
	Judul	Penggunaan Media Sosial ‘Menjadi Manusia’ dalam Menyebarkan Informasi Kesehatan Mental.
	Fokus	Bagaimana informasi mengenai kesehatan mental disebarluaskan melalui akun media sosial Menjadi Manusia.
	Pendekatan	Pendekatan kualitatif dipadukan dengan metode analisis deskriptif. Dengan menggunakan studi pustaka, teknik observasi digunakan untuk mengamati empat <i>platform</i> media sosial yang dioperasikan oleh akun Menjadi Manusia..
	Simpulan	<i>Channel</i> YouTube Menjadi Manusia dan sesama penggemarnya di Instagram @menjadimanusia.id berinteraksi cukup baik. Dapat disimpulkan bahwa pesan Menjadi Manusia di YouTube dan Instagram disebarkan melalui komentar positif yang ditinggalkan oleh pelanggan dan pengikut, yang berbagi pengetahuan, pengalaman, dan pemikiran lainnya, sehingga menumbuhkan keterlibatan antar pengikut.
	Perbedaan dengan penelitian terdahulu	Kajian yang disebutkan di atas melihat bagaimana empat platform media sosial Menjadi Manusia digunakan untuk memberikan pengetahuan tentang kesehatan mental. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah fokus meneliti pengaruh konten video pada salah satu <i>playlist</i> media sosial Menjadi Manusia saja yaitu media sosial YouTube. Selain itu pendekatan yang digunakan pun berbeda.
	Kontribusi penelitian	Menjadi Manusia memberi para peneliti ide untuk menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran

		tentang masalah kesehatan mental.
3	Peneliti	Desya Safitri, Nasichah, Zahra Salsabilah/ NATHIQIYYAH: Jurnal Psikologi Islam/ Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta/ 2023
	Judul	Analisis Isi Konten Kesehatan Mental Pada Akun TikTok @hey.tessss
	Fokus	Mengetahui akun @hey.tessss untuk melihat pesan apa saja yang diposting tentang kesehatan mental.
	Pendekatan	Dalam penelitian ini, metode analisis deskriptif kualitatif digunakan.
	Simpulan	Temuan penelitian menunjukkan bahwa 45 konten dirilis antara 1 November dan 23 November dan diklasifikasikan sebagai konten tentang keprihatinan keluarga, motivasi hidup, dan inner child.
	Perbedaan dengan penelitian terdahulu	Perbedaan terlihat dari media beserta objek yang akan diteliti dimana penelitian di atas mengambil media TikTok dan objek pada akun @hey.tessss. Sementara peneliti memilih media YouTube dan objek pada akun Menjadi Manusia. Selain itu pendekatan yang digunakan berbeda dimana peneliti akan menggunakan metode kuantitatif.
	Kontribusi penelitian	Peneliti mendapat informasi tentang isi konten kesehatan mental pada akun TikTok @hey.tessss yang merupakan sebagai kreator digital yang berfokus pada kesehatan mental.
4	Peneliti	Septiana Puspitasari, Ichsan Widi Utomo, Rindana Intan Emeilia/ Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bahasa/ Universitas Bina Sarana Informatika/ 2023
	Judul	Pengaruh Konten Instagram @petualanganmenujusesuatu Terhadap Sikap dalam Menjaga Kesehatan Mental
	Fokus	Mengetahui bagaimana opini tentang menjaga kesehatan mental dipengaruhi oleh materi Instagram yang dibuat oleh petualanganmenujusesuatu.
	Pendekatan	Kuesioner digunakan dalam prosedur pengumpulan data deskriptif kuantitatif penelitian ini.
	Teori	<i>Stimulus-Organism-Response (SOR)</i>
	Simpulan	Temuan penelitian menunjukkan bahwa perspektif pengikut terhadap menjaga kesehatan mental sangat dipengaruhi oleh postingan Instagram dari @petualanganmenujusomething. Nilai t hitung estimasi sebesar $8,666 > t \text{ tabel } 1,984$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a disetujui, maka berdasarkan kesimpulan tersebut.
	Perbedaan dengan penelitian terdahulu	Akan ada variasi dalam penelitian yang dilakukan, termasuk media yang dipilih dan hal-hal yang ingin diteliti. Selain itu peneliti akan menggunakan teori yang berbeda yaitu teori

		<i>uses and effect.</i>
	Kontribusi penelitian	Peneliti mendapat gambaran tentang pengaruh konten pada Instagram yang membahas tentang kesehatan mental yaitu @petualanganmenujusesuatu terhadap sikap dalam menjaga kesehatan mental.
5	Peneliti	Nurfitrianah, Sri Ekowati/Jurnal Ilmu Komunikasi/ Universitas Persada Indonesia Y.A.I/2023
	Judul	Pengaruh Terpaan Konten YouTube 1% <i>Indonesian Life School</i> terhadap Pengetahuan Kesehatan Mental
	Fokus	Pemahaman dampak terhadap pemahaman seseorang terhadap konten kesehatan mental bergantung pada seberapa banyak paparan 1% YouTube Indonesian Life School.
	Pendekatan	Penelitian menggunakan kuantitatif dan metode penelitian survey.
	Teori	Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R)
	Simpulan	Hasil uji korelasi yang memiliki koefisien determinasi sebesar 60,1% dan estimasi r sebesar 0,775 menunjukkan adanya keterkaitan yang cukup besar antar variabel yang satu dengan yang lainnya.
	Perbedaan dengan penelitian terdahulu	Selain objek penelitian yang berbeda, teori beserta variabel yang peneliti gunakan juga berbeda dengan penelitian di atas.
	Kontribusi penelitian	Peneliti mendapat gambaran tentang pengaruh terpaan konten kesehatan mental lain di akun YouTube.
6	Peneliti	Mutiara Sari/ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Universitas Lampung/ 2022
	Judul	Efektivitas Media Sosial YouTube sebagai Sarana <i>Self Healing</i> (Studi pada <i>Subscribers</i> Akun YouTube “Menjadi Manusia”.
	Fokus	Untuk memastikan keampuhan media sosial YouTube pada akun YouTube Menjadi Manusia dalam hal penyembuhan diri.
	Pendekatan	Analisis tabulasi silang merupakan metode deskriptif kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini.
	Teori	<i>New Media</i>
	Simpulan	Temuan penelitian mengungkapkan dimensi isi pesan (97,5%) merupakan dimensi yang paling efektif, disusul dimensi Saluran Komunikasi (95,8%), dimensi Sumber Pesan (94,8%), dimensi Format (93,5%).), dan dimensi ketepatan waktu (92%). Riset tabulasi silang menunjukkan bahwa saluran YouTube Menjadi Manusia berfungsi dengan baik untuk jenis pekerjaan pelajar di antara responden yang berusia antara 21 dan 22 tahun. Bagi responden wanita, YouTube 'Becoming Human' berfungsi paling baik bila mereka berlangganan dalam jangka waktu lama. waktu (1-6

		bulan), gunakan platform 2-3 kali sehari, dan habiskan 5–10 menit setiap kali menggunakannya.
	Perbedaan dengan penelitian terdahulu	Fokus penelitian yang berbeda serta teori yang digunakan pun berbeda.
	Kontribusi penelitian	Peneliti mendapatkan gambaran efektivitas YouTube Menjadi Manusia sebagai saran <i>self healing</i> .

2.2 Media Sosial

Media sosial adalah media yang dipakai individu untuk berkomunikasi satu sama lain dengan menghasilkan dan berbagi konten dalam grup dan jaringan online, menurut McGraw Hill Dictionary (Awaliyah dkk., 2021). Social media sekarang sangat penting untuk menyebarkan informasi seperti *mental health*. Orang-orang yang menggunakannya dapat menggunakannya untuk meningkatkan pengetahuan orang tentang mental kesehatan, mengurangi stigma yang melekat pada masalah mental, dan meningkatkan kesadaran akan masalah mental (Paramayu dkk., 2023). Kerangka kerja *honeycomb* dikemukakan oleh Jan H. Kietzmann, Kritopher Hermkens, Ian P. McCarthy, dan Bruno S. Silvestre pada tahun 2011 sebagai kerangka yang mencirikan media sosial dengan menggunakan tujuh blok bangunan fungsional, seperti:

1. *Identity*, menggambarkan bagaimana pengguna media sosial memasukkan nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi, dan foto mereka.
2. *Conversations*, menggambarkan cara pengguna menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain.
3. *Sharing*, menggambarkan cara pengguna berbagi, membagi, dan menerima konten dalam bentuk teks, gambar, atau video.
4. *Presence*, menguraikan apakah pengguna memiliki akses ke pengguna lain.
5. *Relationship*, menggambarkan bagaimana pengguna terhubung atau memiliki hubungan dengan pengguna lainnya.
6. *Reputation*, menggambarkan pengguna dapat mengidentifikasi diri mereka sendiri dan orang lain.

7. *Groups*, menggambarkan bahwa pengguna dapat membentuk komunitas dan subkomunitas dengan minat, demografi, atau latar belakang yang berbeda.

Menurut (Puspitasari dkk., 2023) terdapat beberapa karakter dari media sosial, diantaranya:

1. Jaringan (*network*) adalah prasarana yang memungkinkan komunikasi antara komputer dan peralatan lainnya.
2. Informasi, merupakan komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna media sosial memberdayakan mereka untuk menghasilkan konten, mencerminkan identitas mereka, dan terlibat dalam interaksi sosial tergantung pada informasi yang mereka terima.
3. Arsip (*archive*), Media sosial mengarsipkan dan menyediakan konten yang diposting pengguna melalui berbagai perangkat, memungkinkan pengguna mengaksesnya kapan pun mereka mau.
4. Interaksi (*interactivity*) Interaksi antar pengguna atau memupuk koneksi di media sosial.
5. Simulasi Sosial (*social simulation*), adalah media sosial membangun lingkungan daring yang seringkali tidak ada di dunia nyata dan menggambarkan berbagai aspek masyarakat dengan cara yang baru.

Kemudian terdapat enam indikator yang bisa dimanfaatkan untuk berbagi konten di situs media sosial, antara lain:

1. Relevansi konten: kepentingan dan keinginan penonton harus dipenuhi oleh konten.
2. Mudah dipahami: penting untuk menyampaikan konten dengan cara yang dapat dimengerti dan lugas.
3. Orisinalitas: Materi harus unik dan asli.
4. Kredibilitas: Informasi yang dapat diandalkan dan relevan harus disertakan dalam konten.
5. Konsistensi konten: Publikasi konten secara teratur diperlukan untuk menarik pemirsa.

2.3 Youtube

Salah satu media jejaring sosial yang terhubung ke internet adalah YouTube, di mana orang dapat mengunggah dan mengunduh video konten yang berisi informasi, berita, dan hiburan. Di Indonesia, 88% pengguna berusia antara 16 dan 64 tahun menggunakan YouTube, menjadikannya salah satu *platform* media sosial paling populer. Video-video ini biasanya terdiri dari film, acara TV, dan cuplikan video yang diproduksi pengguna (Laugu, 2020).

Contoh aplikasi YouTube yang lebih cepat dan nyata yang menjawab berbagai permintaan pengguna disajikan di bawah ini menurut (Faiqah dkk., 2016) :

1. Memberikan layanan gratis
Untuk menonton video yang mereka minati, pengguna hanya perlu membeli pulsa dan menggunakan jumlah yang dialokasikan; video ini tersedia secara gratis.
2. Men-*download* (unduh) beberapa video tertentu
Setelah mengunduh, perangkat apa pun dapat menyimpan video, yang dapat dilihat kapan pun anda mau tanpa memerlukan koneksi online.
3. Mengakses dan berbagi informasi seputar hal-hal teknis
Banyak pengguna mengunjungi YouTube untuk mendapatkan instruksi seperti demonstrasi memasak dan penggunaan aplikasi di ponsel atau computer dan lain sebagainya.
4. Mengakses video *streaming*
Melalui YouTube, pengguna dapat mengakses siaran-siaran yang pernah atau sedang ditayangkan di televisi lokal, nasional, bahkan internasional.
5. Mengenalkan dan memasarkan produk
Ideal untuk pengecer online yang hanya membutuhkan perangkat dan koneksi internet untuk menawarkan produknya.
6. Mengakses video informatif
Anda dapat menemukan beragam informasi hanya dengan mengunjungi YouTube.

7. Mendukung industri hiburan

YouTube memainkan peran penting dalam menggerakkan industri hiburan. Karena itu, orang-orang dalam industri hiburan juga memanfaatkan platform tersebut untuk mengiklankan siaran mereka.

8. Memperkuat *branding* lembaga atau institusi

9. Publik dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang sebuah organisasi dengan mencatat operasi sehari-hari yang dilakukan oleh organisasi atau organisasi yang mereka bantu.

10. Mengetahui respon dan komentar khalayak

Pengguna yang mengunggah dan berbagi video di YouTube dapat dengan mudah melihat komentar dan membalas pengguna tentang kaliber dan substansi video mereka berkat opsi "suka" dan "komentar". Saat membuat film berikutnya, Tidak diragukan lagi, fitur-fitur ini akan menjadi sumber yang bagus untuk analisis dan referensi.

11. Memfasilitasi pengguna menguasai *skill* dasar membuat video

Orang-orang dapat mengetahui cara mengedit video di YouTube dan menaikkan kualitas konten mereka sendiri.

Walaupun YouTube memiliki banyak kelebihan untuk memenuhi berbagai kebutuhan penggunanya, (Wiryany & Pratami, 2019) menjelaskan bahwa terdapat kekurangan dalam media sosial YouTube diantaranya :

1. Kebebasan untuk mengakses konten dapat menjadi sangat berisiko bagi anak di bawah umur atau dapat berbahaya bagi orang lain.
2. Beberapa konten berita dapat menjadi hoaks atau menimbulkan konflik.
3. Orang-orang menjadi lebih memilih YouTube dibandingkan televisi karena beragamnya konten yang ada di YouTube.

2.4 Konten Youtube Menjadi Manusia

Konten Youtube yang terkait dengan kesehatan mental dan *self improvement* tentu tidak hanya terbatas pada akun Menjadi Manusia, melainkan terdapat konten Youtube lain seperti akun Satu Porsen, Kampus Psikologi, dan Analisa Channel. Namun, akun Menjadi Manusia unggul dalam jumlah *subscriber* yakni mencapai 928 ribu *subscriber*. Hal ini menunjukkan bahwa

minat penonton lebih besar terhadap akun Menjadi Manusia. Selain itu, akun Youtube Menjadi Manusia juga semakin dipilih masyarakat dikarenakan dalam menyampaikan kesehatan mental, mampu mengundang narasumber yang tidak hanya psikolog saja melainkan juga berbagai penyintas penyakit kesehatan mental untuk menceritakan pengalamannya dengan *storytelling* dan berbagi perspektif sehingga konten tersebut dapat membantu banyak orang dalam menjaga kesehatan mental hingga mampu berusaha mengembangkan dirinya.

Konten yang berjudul “Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental” merupakan konten yang paling banyak ditonton dalam *playlist* Rawat Kesehatan Mentalmu di akun YouTube Menjadi Manusia yakni 1,1 juta ditonton, memiliki 59 ribu disukai dan 2.673 komentar. Melalui konten ini, beberapa penyintas gangguan kesehatan mental seperti penyintas bipolar disorder, schizophrenia dan lainnya bercerita, menjelaskan pertolongan pertamanya hingga memberi pesan bagi para penontonnya. Perkembangan informasi, komunikasi, dan teknologi memunculkan fenomena penampilan diri melalui konten. Karena kemajuan ini, interaksi manusia di dunia modern melampaui waktu, geografi, dan jarak.

Konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di Akun Youtube Menjadi Manusia ini dapat diukur dengan menggunakan 5 indikator menurut (Eribka, Mariam, 2017) yakni sebagai berikut :

1. Kredibilitas

Kredibilitas ialah seseorang yang dapat dipercaya karena kompetensi serta dapat mempengaruhi bagaimana hubungannya dengan orang lain, terdiri atas kepercayaan dan keahlian sebagai berikut :

- a. Kepercayaan yang didapat dari penonton. Kepercayaan bergantung pada karakter komunikator, apakah dia dianggap jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis atau malah sebaliknya.
- b. Keahlian. Hal ini mengacu pada kemampuan komunikator yang berkaitan dengan topik yang dibahas termasuk berpengalaman.

2. Daya tarik

Daya Tarik adalah karakteristik seseorang yang membuat sesuatu menjadi menarik dan memikat perhatian orang lain seperti kesamaan minat, keakraban dari komunikator kepada komunikan dan fisiknya merupakan komponen yang dapat memengaruhi.

- a. Secara Fisik. Seseorang cenderung menyukai orang yang tampan dan cantik.
- b. Memiliki kesamaan dengan penonton. Misalnya : umur dan minat.

3. Kekuasaan (kemampuan menjadi teladan)

- a. Menumbuhkan perasaan kagum pada penonton terhadap dirinya atau konten Vlog yang dibuatnya. Dalam hal ini komunikator harus memiliki sumber daya yang sangat penting dalam menyampaikan informasi seperti ilmu pengetahuan, otoritas, kemampuan supranatural dan charisma sehingga mereka dapat menjadi contoh bagi penonton.

4. Isi konten menarik perhatian

- a. Memiliki hal-hal yang baru.
- b. Mengandung hal-hal yang berbeda dari jenis video lain.

5 Isi konten dapat dimengerti

- a. Bersifat dua arah atau penonton juga terlibat dalam pembuatan video.
- b. Bahasa yang digunakan mudah dipahami.

6. Isi konten dapat diterima

- a. Memberi informasi
- b. Bersifat menghibur.

2.5 Kesehatan Mental

Kesehatan mental menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dalam (Radiani, 2019) adalah kondisi kesejahteraan seseorang yang sadar diri, dapat mengatasi stres sehari-hari, dapat bekerja secara produktif, dan dapat berkontribusi pada komunitasnya.

Menurut pakar kesehatan mental Daradjat (1996), ada lima definisi kesehatan mental:

1. Kesehatan mental adalah terhindarnya orang dari gejala penyakit jiwa (neurose) atau penyakit jiwa (psichose). Psikiatri, atau kedokteran jiwa, melihat manusia dari sudut pandang sehat atau sakit. Definisi ini sangat diterima.
2. Adaptasi terhadap diri sendiri, orang lain, masyarakat, dan lingkungan tempat seseorang tinggal disebut kesehatan mental karena kaitannya dengan kehidupan sosial secara keseluruhan. Ini akan membawa rasa tenang dan bahagia ke dalam hidup Anda.
3. Kesehatan mental adalah ketika jiwa berfungsi dengan baik dan seseorang mampu menangani masalah yang biasa terjadi dan menghindari kegelisahan serta konflik batin.
4. Kesehatan mental adalah pengetahuan dan tindakan yang dimaksudkan untuk meningkatkan dan menggunakan bakat, potensi, dan bakat seseorang untuk kebahagiaan diri sendiri dan orang lain.
5. Kesehatan mental adalah keadaan di mana fungsi-fungsi kejiwaan berkorelasi dengan baik dan seseorang dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Ini didasarkan pada iman dan ketaatan dan bertujuan untuk mencapai hidup yang bermakna dan bahagia di dunia dan di akhirat.

Penyakit mental dapat memburuk dan pada akhirnya berdampak pada keluarga, masyarakat, dan pemerintah jika tidak ditangani dengan tepat. paradigma gerakan kesehatan mental yang memberikan penekanan kuat pada pendekatan dan pencegahan berbasis komunitas untuk membantu masyarakat menjaga kesehatan mental sebaik mungkin. Tidak ada kondisi mental yang baik pada satu orang. Karena keadaan ini, diskusi kesehatan mental semakin penting, dan fokusnya adalah bagaimana membantu individu, keluarga, dan komunitas menemukan, menjaga, dan mengoptimalkan kondisi kesehatan mental mereka saat menjalani kehidupan sehari-hari (Ayuningtyas & Rayhani, 2018).

Menurut Ibnu Sina dalam (Radiani, 2019) menyatakan bahwa ada beberapa pernyataannya tentang kesehatan mental dalam Syarif, seperti berikut:

1. Hasrat dan keinginan batin mengikuti imajinasi. Dalam hal ini keinginan didorong oleh imajinasi.
2. Pengaruh pikiran terhadap tubuh, yaitu pengaruh emosi dan kemauan.
3. Sungguh emosi yang kuat, seperti rasa takut, dapat mengganggu fungsi vegetatif dan merusak tempramen tubuh dan menyebabkan kematian.
4. Gembira atau sedih adalah kondisi mental yang memengaruhi fungsi vegetatif. Sebenarnya, jiwa dapat menyembuhkan dan menyakitkan tubuh lain dengan kekuatan yang cukup.

Menurut (Safitri dkk., 2023) kesehatan mental memiliki fungsi diantaranya sebagai preventif atau pencegahan, ameliorative/kuratif atau perbaikan, preservasi/*development* atau pengembangan dan *improvement* atau peningkatan. Hal-hal tersebut bisa diterapkan untuk mengurangi atau menyembuhkan penyakit serta gangguan mental. Berikut penjelasannya :

1. Preventif atau pencegahan

Tujuan dari fungsi ini adalah untuk mencapai kesehatan mental yang baik, yang mencakup pemenuhan tuntutan psikologis dan menjaga kesehatan fisik. Untuk mencapai potensi penuh seseorang, adalah mungkin untuk mencapai cinta, keamanan, harga diri, dan realisasi diri dengan cara yang tepat. Jika cara-cara tersebut diterapkan dan bisa didapatkan di semua lingkungan yang ada di hidupnya tentu bisa menghasilkan mental yang sehat.

2. *Ameliorative/kuratif* atau perbaikan

Perbaikan diri melalui peningkatan kapasitas adaptif dan pengendalian mekanisme perlindungan diri adalah tujuan dari fungsi ini. Contohnya ketika seseorang tantrum dan berperilaku agresif maka perilaku tersebut penting diperbaiki menggunakan fungsi ini.

3. *Preservasi/development* atau pengembangan dan *improvement* atau peningkatan.

Fungsi ini berupaya untuk membangun kepribadian atau mentalitas yang semakin sehat dan dapat mengurangi kesulitan dalam perkembangan psikologisnya. Tidak semua orang dapat mencapai ketenangan tentang pertumbuhan mental dengan mudah. Beberapa orang harus diperingatkan tentang gangguan psikotik. Oleh karena itu cara setiap orang menjaga kesehatan jiwanya berbeda untuk pencegahan, perbaikan, dan pemeliharaan.

2.6 Generasi Z

Generasi Z atau yang akrab disebut Gen Z tumbuh dan dikenal sebagai generasi *digital native* setelah bersentuhan dengan internet, dimana dunia digital berkembang pesat. Gen Z sejak kecil sudah mengenal teknologi, termasuk gadget. Selain itu, generasi ini memiliki kemampuan untuk menunjukkan identitas mereka dalam lingkungan maya dan nyata (Alfaruqy, 2022).

Menurut (Mukhlis dkk., 2022) menyatakan bahwa ada berbagai ciri yang membedakan Gen Z dengan generasi sebelumnya., diantaranya:

1. Gen Z adalah generasi digital yang mahir dan menyukai banyak aplikasi komputer dan teknologi informasi. Dengan bantuan teknologi, informasi akan lebih mudah dan cepat diakses untuk keperluan pendidikan dan pribadi.
2. Anak-anak Gen Z dianggap sangat menyukai media sosial dan sering berkomunikasi dengan orang lain melaluinya. Media sosial memungkinkan Gen Z untuk bebas mengungkapkan pikiran dan perasaan mereka dengan spontan.
3. Gen Z dianggap lebih mampu menerima perbedaan, termasuk perbedaan budaya, agama, dan lainnya. Mereka juga dianggap lebih peduli pada perbedaan tersebut.
4. Gen Z adalah anak-anak yang sering melakukan banyak hal sekaligus atau suka multitasking.

5. Menempatkan pekerjaan dan uang pada daftar prioritas. Gen Z menghargai pekerjaan dan uang karena mereka percaya bahwa kehidupan harus berkembang dan menjadi lebih bermakna.
6. Anak-anak Media sosial dan ponsel bukan sekadar *platform* atau perangkat bagi Gen Z melainkan cara hidup.
7. Tidak puas terlalu cepat. Sebagian besar Gen Z percaya bahwa memiliki banyak pekerjaan dapat membantu mereka berkembang dalam karir mereka.
8. Mengingat tujuan utama Gen Z adalah pekerjaan dan uang maka biasanya mereka memiliki literasi keuangan yang kuat.
9. Anak-anak Gen Z biasanya lebih mandiri daripada anak-anak generasi sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh kemampuan mereka untuk mengambil keputusan secara mandiri sejak dini tanpa meminta pendapat atau peran orang lain.

2.7 Sikap

Sikap adalah kecenderungan perilaku seseorang dalam situasi atau kondisi tertentu yang didasarkan pada pemahaman, persepsi, perasaan, dan suasana hati. Dalam situasi atau kondisi tertentu, seseorang menggunakan pemahaman, keyakinan, dan perasaan serta emosinya untuk menolak atau tidak mau melakukan, menerima atau ingin melakukan, dan ragu atau netral (Dachmiati, 2015). Menjaga kesehatan mental adalah sikap yang sangat berpengaruh terhadap tindakan sehari-hari gen z. Sikap dapat menentukan tindakan dengan pertimbangan yang ada. Jika gen z percaya bahwa tindakan yang akan diambil berdampak positif pada dirinya ia cenderung melakukan, dan sebaliknya. Beberapa sikap dan cara yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan mental adalah dengan menghargai diri sendiri, mengelola stress melalui beragam cara seperti mediasi, berkonsultasi dengan tenaga professional dan menonton konten yang ada pada akun Youtube Menjadi Manusia.

Tiga komponen utama membentuk perspektif atau sikap manusia yaitu kognitif, afektif, dan konatif atau perilaku. Berikut penjelasannya menurut (Zuchdi, 1995):

1. Kognitif

Komponen kognitif terdiri dari persepsi, keyakinan, dan stereotipe yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Dalam hal ini, persepsinya ialah bagaimana konten tersebut membantu dalam menjaga kesehatan mental.

2. Afektif

Komponen afektif terdiri dari emosi, karena itu berisi perasaan tentang suatu objek. Afeksi sebagai komponen yang menunjukkan perasaan atau perhatian terhadap sesuatu, seperti ketakutan, kemarahan, dll. Keyakinan terhadap sesuatu, yaitu apakah sesuatu itu baik atau tidak baik, atau bermanfaat atau tidak bermanfaat, sangat memengaruhi reaksi emosional ini. Hal ini dapat digambarkan melalui perasaan simpati dan empati penonton terhadap orang yang mengalami masalah kesehatan mental hingga muncul rasa khawatir terhadap kesehatan mental diri sendiri bahkan orang lain.

3. Konatif

Kecenderungan untuk bertindak terhadap objek atau melakukan perilaku yang diinginkan olehnya. Konatif adalah hasil dari kognisi dan afeksi, yang ditampilkan dalam tingkah laku. Contoh implementasinya adalah dengan kecenderungan berperilaku lebih baik daripada sebelumnya.

2.8 Teori *Uses and Effect*

Teori *uses and effect* awalnya disampaikan oleh Sven Windahl (1979) yang menjelaskan hubungan antara pengguna, media, khalayak serta dampak yang ditimbulkannya. Teori ini adalah sintesis dari teori *uses and gratification* yang mana teori dari *uses and gratification* mengacu pada penggunaan media disesuaikan dengan kebutuhan dasar seseorang (Santiana dkk., 2023). Sedangkan teori *use and effect* akan menyoroti bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan konten media massa juga akan dipengaruhi oleh faktor lain, termasuk karakteristik individu, ekspektasi, dan

persepsi terhadap media, selain tingkat akses terhadap media tersebut. Berikut adalah masing-masing penjelasannya menurut (Ismawati, 2019) :

1. Karakteristik individu

Karakteristik individu adalah aspek-aspek yang melekat pada seseorang, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, dan pengalaman hidup, yang memengaruhi cara individu dalam memilih, menggunakan, dan merespons media.

2. Harapan

Harapan adalah tujuan yang dimiliki individu terhadap media, baik dalam bentuk informasi, hiburan, interaksi sosial, maupun pemenuhan kebutuhan psikologis lainnya, yang menentukan bagaimana media digunakan dan efek yang ditimbulkannya. Seseorang biasanya melihat dari apa yang diantisipasi orang berdasarkan pengetahuan dan pertemuan sebelumnya atau kondisi yang seharusnya ada atau ekspektasi. Ekspektasi individu terbentuk berdasarkan pengetahuan atau pengalaman sebelumnya. Dalam konteks media, pengguna berharap konten tertentu dapat memberikan nilai tambah seperti wawasan baru, hiburan yang relevan, atau solusi terhadap permasalahan mereka.

3. Persepsi terhadap Media

Persepsi terhadap media adalah proses di mana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan dalam sebuah media untuk membentuk gambaran yang bermakna. Persepsi ini melibatkan evaluasi terhadap kualitas, relevansi, dan kejelasan konten. Sebagai contoh, penonton yang merasa informasi dalam konten mudah dipahami dan membahas isu yang relevan cenderung memiliki persepsi positif terhadap media tersebut.

4. Tingkat akses media

Tingkat akses media adalah sejauh mana individu memiliki kesempatan dan kemampuan untuk menggunakan media, yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, teknologi, lingkungan sosial, serta ketersediaan infrastruktur media di sekitarnya. Hal ini berkaitan dengan posisi seseorang dalam menggunakan media. Media yang mudah diakses, seperti YouTube,

memungkinkan pengguna untuk menonton kapan saja dan di mana saja, yang secara langsung meningkatkan frekuensi penggunaan dan dampaknya pada audiens .

Bagian terpenting dari teori ini yakni konsep *use* (penggunaan), karena memahami penggunaan media dan penyebabnya akan membantu kita mengerti hasil dari proses komunikasi massa. Menurut teori *uses and effect*, ada dua proses yang berinteraksi dengan penggunaan media yakni hasil dan efek. Karena hipotesis kegunaan dan efek dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh item media, maka peneliti memutuskan untuk menggunakannya. Peneliti akan menganalisis efek yang ditimbulkan dari konten yang berjudul *Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental* di akun YouTube “Menjadi Manusia” terhadap sikap Gen Z dalam menjaga kesehatan mental.

Bagian penting berikutnya dari teori ini akan berkaitan dengan penggunaan media. Dengan mempertimbangkan isi media, hubungan antara penggunaan dan hasilnya dapat mengambil beberapa bentuk, yaitu:

- a. Dalam sebagian besar teori efek tradisional, sifat isi media menentukan sebagian besar hasil. Penggunaan media hanya dipandang sebagai faktor perantara dalam situasi ini, dan hasil dari proses tersebut disebut efek. Dengan demikian, penggunaan dan kompensasi hanya akan dipandang sebagai perantara, yang dapat memperkuat atau memperlemah efek dari isi media.
- b. Hasil proses terkadang lebih karena penggunaan daripada pengurangan aktivitas lainnya. Mereka juga dapat memiliki konsekuensi psikologis, seperti ketergantungan pada media tertentu. Sebuah hasil disebut konsekuensi jika penggunaan merupakan penyebab utamanya.
- c. Kita juga dapat berpikir bahwa isi media (melalui perantara penggunaan) dan penggunaan media menentukan hasil. Akibatnya, dua proses bekerja bersama dan menyebabkan hasil yang disebut *consequence* (gabungan antara konsekuensi dan efek).

Ada tiga model yang membedakan hasil penggunaan media berdasarkan penjelasan di atas:

1. *Effect* (efek) adalah hasil yang ditentukan oleh isi media.
2. *Consequence* (konsekuensi) hasil yang diperoleh karena penggunaan media daripada isi media.
3. *Conseffect* (konsefek) adalah hasil yang diperoleh karena penggunaan media daripada isi media itu sendiri.

Penggunaan media memiliki banyak efek pada seseorang, menurut teori ini. Jika konten media memiliki efek tertentu, penggunaan media juga memiliki efek tertentu. Seperti yang telah disebutkan di atas, penggunaan media akan menghasilkan efek.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Untuk mengumpulkan data dari responden, kuesioner berisi daftar pertanyaan disebarkan sebagai bagian dari metodologi kuantitatif penelitian ini. Pada dasarnya, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian ilmiah metodis yang mengeksplorasi hubungan sebab akibat antar variabel. Berbagai macam data, yang mencakup statistik, persentase, dan bentuk-bentuk yang terkait, sangat membantu proses penelitian. Melalui pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan survei eksplanatif untuk mencoba menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel (Sihotang, 2023). Terdapat dua variabel yang digunakan peneliti, diantaranya:

3.1.1 Variabel bebas atau *independent* (X)

Variabel yang memiliki kemungkinan teoritis untuk mempengaruhi variabel lain disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini ialah konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di akun YouTube “Menjadi Manusia”.

3.1.2 Variabel terikat atau *dependent* (Y)

Dalam hubungan sebab-akibat, variabel terikat adalah hasil atau respons dari perubahan yang dilakukan oleh variabel independen. Tujuan dari penelitian variabel terikat adalah untuk mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan yang dilakukan oleh variabel independen. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah sikap Gen Z dalam menjaga kesehatan mental.

3.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah batas masalah variabel yang menjadi pedoman penelitian sehingga lebih mudah bagi peneliti untuk menerapkan konsep dan untuk memastikan agar tidak menyimpang dari tujuan serta jalannya. Untuk memahami bagaimana pengaruh konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental terhadap sikap gen z dalam menjaga kesehatan mental, maka akan ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti yakni :

A. Konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di akun YouTube Menjadi Manusia.

Konten berjudul Kamu Juga Manusia adalah sebuah dokumenter tentang kesehatan dan gangguan mental yang spesial dibuat dalam rangka memperingati hari kesehatan jiwa sedunia, isi konten tersebut terdiri atas penjelasan kesehatan mental, penjelasan gangguan mental, cerita dari para penyintas, perkembangan kesadaran kesehatan mental di Indonesia, penjelasan *expert* mengenai fenomena *self-diagnose* hingga pertolongan pertama. Untuk mengukur konten berjudul Kamu Juga Manusia, terdapat lima aspek yang dapat membantu peneliti yaitu kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten menarik perhatian, isi konten dapat dimengerti, isi konten dapat diterima. Berikut penjelasannya :

1. Kredibilitas

Kredibilitas adalah komunikator dalam konten berjudul Kamu Juga Manusia yang dapat dipercaya karena kompetensi yang dimilikinya serta dapat mempengaruhi bagaimana hubungannya dengan gen z, terdiri atas kepercayaan dan keahlian sebagai berikut :

- a. Kepercayaan adalah karakter komunikator yang didapat oleh gen z di dalam konten berjudul Kamu Juga Manusia, apakah komunikator dianggap jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis atau sebaliknya dalam menyampaikan informasi tentang kesehatan maupun gangguan mental.

- b. Keahlian adalah hal yang mengacu pada kemampuan dan pengalaman komunikator, apakah informasi atau jawaban yang disampaikan berkaitan atau relevan dengan topik yang dibahas dalam konten berjudul Kamu Juga Manusia.

2. Daya Tarik

Daya Tarik adalah karakteristik komunikator yang membuat sesuatu menjadi menarik dan memikat perhatian gen z seperti kesamaan minat, keakraban dari komunikator kepada gen z dan fisiknya, merupakan komponen yang dapat memengaruhi.

3. Kekuasaan

Kekuasaan adalah seorang komunikator yang mampu menjadi teladan karena ilmu pengetahuan yang dimilikinya sehingga dapat menumbuhkan perasaan kagum gen z hingga dapat memengaruhi perilaku dan tindakannya.

4. Isi konten menarik perhatian

Isi konten menarik perhatian adalah kualitas suatu konten berjudul Kamu Juga Manusia yang harus memiliki hal-hal yang baru dan mengandung hal-hal yang berbeda dari jenis konten video kesehatan mental lain sehingga mampu menarik hingga mempertahankan perhatian gen z.

5. Isi konten dapat dimengerti

Isi konten dapat dipahami adalah konten berjudul Kamu Juga Manusia yang disajikan harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh gen z dan konten yang diteliti tersebut harus memiliki kualitas audio visual yang memadai.

6. Isi konten dapat diterima

Isi konten dapat diterima adalah konten yang disajikan harus dapat memberikan informasi atau bersifat menghibur gen z sehingga dapat diterima dengan tetap memperhatikan cara penyampaian agar tidak menyinggung perasaan maupun keyakinan gen z

B. Sikap Gen Z dalam menjaga kesehatan mental.

Sikap Gen Z dalam menjaga kesehatan mental adalah kecenderungan gen z untuk mendekati atau menjauhi tindakan yang dianggap memiliki dampak positif atau negatif terhadap kesejahteraan mental mereka, terdiri atas aspek kognitif, afektif dan konatif, berikut penjelasannya :

1. Kognitif

Aspek kognitif adalah persepsi gen z terhadap konten kesehatan mental, bagaimana konten kesehatan mental yang dapat dilihat, dipahami serta membentuk pola pikir dan gagasan umum gen z hingga membantu dalam menjaga kesehatan mental.

2. Afektif

Aspek afektif adalah emosi atau perasaan gen z tentang ketakutan, kemarahan dan rasa khawatir yang timbul ketika menonton konten berjudul Kamu Juga Manusia terhadap orang yang mengalami masalah kesehatan mental.

3. Konatif

Aspek konatif adalah kecenderungan dan keinginan untuk bertindak menjaga kesehatan mental baik untuk dirinya, orang terdekatnya maupun lingkungannya.

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional ialah pernyataan yang memberikan peneliti data yang diperlukan untuk menyelidiki suatu teori atau menanggapi pertanyaan penelitian (Rusdiana, 2021). Dengan melihat definisi operasional penelitian, maka peneliti dapat memahami variabel-variabel yang akan diteliti.

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di akun YouTube “Menjadi Manusia.” (Variabel X)	Kredibilitas	1. Saya merasa komunikator dalam konten ini menyampaikan informasi dengan jujur dan transparan. 2. Saya percaya bahwa komunikator dalam konten tersebut benar adalah para ahli dan penyintas. 3. Saya percaya bahwa komunikator dalam konten tersebut yaitu para ahli memiliki keahlian dengan latar belakang di bidang psikolog. 4. Saya percaya bahwa sumber informasi yang melatarbelakangi konten tersebut adalah akurat. 5. Saya merasa bahwa komunikator memiliki pengetahuan tentang topik yang dibahas dalam video. 6. Saya memahami bahwa jawaban yang diberikan komunikator relevan dengan topik yang dibahas.	<i>Likert</i>
	Daya Tarik	1. Saya merasa tertarik menonton konten ini karena memiliki kesamaan minat dengan komunikator atau topik yang dibahas. 2. Gaya bercerita komunikator dalam konten tersebut menarik untuk ditonton. 3. Saya merasa komunikator dapat membangun suasana yang akrab dalam konten ini. 4. Melihat penampilan para	<i>Likert</i>

		komunikator dalam konten tersebut membuat saya lebih tertarik untuk menonton.	
	Kekuasaan	1. Para komunikator dalam konten tersebut memiliki ilmu pengetahuan tentang kesehatan hingga penyakit mental yang belum banyak diketahui oleh penonton. 2. Kharisma para ahli terlihat dari cara menyampaikan informasi tentang kesehatan dan penyakit mental.	<i>Likert</i>
	Isi konten menarik perhatian	1. Isi konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental membahas fenomena gangguan dan kesehatan mental terkini. 2. Saya merasa bahwa konten yang disajikan dapat mengedukasi penonton dengan cara yang berbeda dari biasanya. 3. Saya merasa konten ini memberikan perspektif baru yang belum pernah saya lihat sebelumnya.	<i>Likert</i>
	Isi konten dapat dimengerti	1. Saya merasa bahwa informasi yang disampaikan dalam konten mudah dipahami. 2. Saya merasa bahwa komunikator dapat menjelaskan konsep yang sulit dengan cara yang mudah dipahami 3. Saya mengerti dengan konten tersebut karena didukung oleh kualitas audio yang baik. 4. Editing dalam konten tersebut tidak berlebihan	<i>Likert</i>

		sehingga pesannya mudah tersampaikan.	
	Isi konten dapat diterima	1. Saya merasa terhibur dengan penyampaian informasi selama konten berlangsung. 2. Saya merasa nyaman dengan suasana konten dan cara penyampaian yang digunakan. 3. Konten tersebut berisi fakta dan tidak ada informasi yang palsu.	<i>Likert</i>
Sikap Gen Z dalam menjaga kesehatan mental (Variabel Y).	Kognitif	1. Saya memahami cara menjaga kesehatan mental. 2. Saya mengetahui manfaat menjaga kesehatan mental. 3. Saya mengetahui cara mengatasi gangguan kesehatan mental. 4. Saya memahami pentingnya kesehatan mental. 5. Saya memahami ragam penyakit mental.	<i>Likert</i>
	Afektif	1. Saya termotivasi untuk menjaga kesehatan mental. 2. Saya senang dengan konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental. 3. Saya merasa dekat dan terlibat secara personal dengan para ahli dan penyintas yang bercerita pada konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental. 4. Saya bersemangat untuk menonton konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental.	<i>Likert</i>

		5. Saya optimis untuk menjaga kesehatan mental. 6. Saya bersyukur dengan adanya informasi tentang pengalaman gangguan kesehatan mental dari para penyintas.	
	Konatif	1. Saya terpacu untuk menjaga kesehatan mental. 2. Saya berkeinginan untuk berkonsultasi dengan ahli psikolog tentang mental saya. 3. Saya lebih berpikiran positif untuk fokus pada kesehatan mental. 4. Saya mulai melakukan perencanaan menjaga kesehatan mental. 5. Saya memberikan <i>like</i> pada konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental. 6. Saya membagikan konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental. 7. Saya berminat untuk mencari tahu apakah saya terkena gangguan mental atau tidak.	<i>Likert</i>

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian, populasi dapat didefinisikan sebagai semua subjek dan objek yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi juga dapat dibagi menjadi dua kategori, populasi target dan populasi survei. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang menyediakan data untuk penelitian. Cara lain untuk menjelaskannya adalah sampel merupakan sebagian dari suatu populasi yang digunakan untuk menggambarkan seluruh populasi. (Amin dkk., 2023).

3.4.1 Populasi

Populasi dapat terdiri dari orang, objek, kejadian, atau apapun yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Populasi juga dapat merujuk pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti (Asrulla dkk., 2023). Populasi dari penelitian ini adalah penonton video yang berjudul “Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental” di akun YouTube Menjadi Manusia dengan jumlah 1.100.000 kali ditonton per 7 Agustus 2023.

3.4.2 Sampel

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel untuk secara sengaja memilih sejumlah kecil individu dari populasi yang telah ditentukan (Firmansyah & Dede, 2022). Dalam penelitian ini, *probability sampling* digunakan sebagai metodologinya. Dengan metode *random sampling*, kelompok sampel yang mempunyai karakteristik tertentu dijadikan sasaran, dan setiap populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian. Peneliti menemukan kriteria sampel yang tercantum di bawah ini:

1. Penonton video yang berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di akun YouTube “Menjadi Manusia.”
2. *Subscribers channel* YouTube Menjadi Manusia.
3. Gen Z (13-28 tahun)

Besarnya sampel dihitung oleh peneliti dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1.100.000}{1 + 1.100.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.100.000}{1 + 11.000}$$

$$n = \frac{1.100.000}{11.001}$$

$$n = 99,990909$$

$$n = 100 \text{ (Pembulatan)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e2 = batas kesalahan

Batas tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 digunakan oleh peneliti. Dari hasil olah data menggunakan rumus Slovin, didapatkan hasil 99,990909 yang kemudian peneliti bulatkan angkanya menjadi 100. Sehingga 100 responden yang memenuhi syarat mewakili populasi diberikan kuesioner oleh peneliti melalui platform Instagram dan WhatsApp. Setiap anggota populasi diambil sampelnya secara acak sesuai dengan kriterianya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam proses karena membantu peneliti memperoleh informasi yang dibutuhkan. Produksi data yang akurat dan dapat dipercaya bergantung pada penggunaan alat penelitian dan teknik pengumpulan data yang sesuai (Teguh Saefuddin dkk., 2023). Salah satu alat penting untuk mengumpulkan data penelitian adalah kuesioner, juga dikenal sebagai angket, yang terdiri dari daftar pertanyaan. Kuesioner akan dibagikan langsung kepada responden tanpa memerlukan perantara oleh penulis melalui kuesioner tertutup langsung. Ini

memungkinkan responden untuk memilih dari berbagai jawaban yang tersedia. Selain itu, peneliti mencari dan mengumpulkan referensi tentang buku, jurnal, studi sebelumnya, dan artikel yang relevan dengan judul penelitian ini.

3.6 Sumber Data

Data subjek dari mana data diperoleh disebut sumber data. Dalam hal ini, data yang diperlukan untuk penelitian diperoleh dari dua sumber, yaitu :

- **Data Primer**

Jawaban atas kuesioner yang dikirimkan peneliti kepada responden dijadikan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Data primer harus memberikan peneliti definisi yang jelas baik tentang baik populasi yang dicari maupun unit analisis dari populasi tersebut.

- **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari responden secara tidak langsung. Informasi ini dapat diperoleh dengan membaca buku, jurnal, makalah, dan bahan lainnya. Buku dan jurnal yang relevan dengan judul penelitian akan digunakan dalam penelitian ini. Setelah data diambil, langkah berikutnya adalah pengolahan data. Pada tahap ini, data diubah untuk dianalisis seperti grafik, tabel, atau diagram. Penelitian ini menghitung indikator melalui skala Likert yang dimodifikasi, yang memiliki lima pilihan respons, yaitu:

Tabel 3. Skor Skala Likert

Skor	Jawaban
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-Ragu
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiono 2013

3.7 Teknik Pengolahan Data

1. *Editing*

Editing adalah pengecekan ulang semua dokumen, data, ataupun informasi yang telah diperoleh serta memastikan bahwa pengumpulan data sudah cukup, relevan dengan hipotesis, dan jelas. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan pada data.

2. *Coding*

Coding merupakan kegiatan pengkodean dan mengelompokkan data hasil jawaban responden yang bertujuan untuk mempermudah pengolahan data.

3. Tabulasi

Pada teknik pengolahan data ini, data dimasukkan kedalam tabel yang terstruktur sehingga data disajikan secara ringkas dan rapih.

3.8 Teknik Pengujian Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas harus dilakukan untuk menjamin bahwa data yang diterima valid dan dapat dipercaya.

a. Uji validitas

Salah satu dari berbagai metode untuk menentukan derajat keeratan hubungan antara dua variabel interval atau rasio adalah dengan pendekatan korelasi product moment. Dari pengujian ini akan diperoleh nilai koefisien korelasi antara -1, 0 dan 1; nilai 0 menunjukkan tidak ada korelasi sama sekali, dan nilai -1 menunjukkan korelasi negatif sempurna. Metode ini dapat digunakan untuk pengujian validitas instrumental melalui rumus korelasi menurut (Hidayat, 2021) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

(Sumber : Statistikian.com)

Keterangan :

- r_{xy} adalah koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- n: jumlah sampel/observasi
- $\sum xy$ adalah jumlah perkalian x dan y

- Σx^2 adalah jumlah kuadrat x
- Σy^2 adalah jumlah kuadrat y

Kriteria berikut harus dipenuhi untuk mengevaluasi validitas instrumen :

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

b. Uji reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk mengevaluasi konsistensi kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel. Rumus Cronbach's Alpha digunakan peneliti untuk menilai reliabilitas instrumen penelitian berbasis kuesioner.

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha_i^2}{\sum \alpha_1^2} \right]$$

α : Nilai reliabilitas

k : jumlah item pertanyaan

$\sum \alpha_i^2$: jumlah varians masing-masing pertanyaan

$\sum \alpha_1^2$: nilai varians total

Rumus Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur tingkat ketergantungan suatu pengukuran. Jika suatu alat memiliki koefisien alfa 0,6 atau lebih tinggi, maka alat tersebut dianggap dependen (Ratika Zahra, 2018).

3.9 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui sejauh mana variabel X terhadap variabel Y, digunakan analisis data dalam penelitian ini.

3.9.1 Regresi Linier Sederhana

Analisis didasarkan pada hubungan sebab akibat antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Tujuan dari analisis regresi linier sederhana adalah untuk menentukan apakah arah hubungan antara

variabel independen dan dependen adalah positif atau negatif serta untuk memperkirakan apakah nilai variabel dependen akan meningkat atau menurun. Teknik ini digunakan pada penelitian yang hanya terdiri dari 2 variabel. Rumus regresi linier sederhana menurut (Marsha, 2023):

$$Y = a + bX + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen

a : Konstanta atau titik potong Y

b : Koefisien dari regresi atau beta

X : Variabel independen

ϵ : Residual regresi atau istilah kesalahan (*error*)

Selanjutnya, nilai a dan b dapat dihitung dengan rumus berikut :

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

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

Keterangan :

y : Jumlah skor dari variabel terikat

x : Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n : Jumlah sampel

(Hasibuan & Musthofa, 2022)

3.9.2 Koefisien Korelasi

Persamaan koefisien korelasi product moment digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu juga menunjukkan arah hubungan antara variabel X dan variabel Y. Jika perubahan pada satu variabel diikuti oleh perubahan pada variabel lain, baik dengan arah yang sama maupun berlawanan, maka kedua variabel tersebut dianggap berkorelasi (Sanny & Dewi, 2020).

Tabel 4. Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiono 2013

3.9.3 Koefisien Determinasi (R²)

Kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terkait, yang diwakili oleh persentase. Jika persentase yang semakin tinggi, maka variabel independen (X) memiliki kontribusi atau peran yang besar dalam mempengaruhi variabel dependen, sedangkan persentase yang semakin rendah menunjukkan bahwa variabel independen (X) memiliki kontribusi atau peran yang kecil dalam mempengaruhi variabel dependen. (Sehangunaung dkk., 2023). Pada tahapan ini, pengujian dilakukan untuk mengetahui besaran kontribusi variabel independen (X), yaitu pengaruh konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental terhadap variabel dependen (Y), yaitu sikap gen z dalam menjaga kesehatan mental. Adapun rumus hitung yang digunakan sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi (R²)

r = Korelasi Product Moment

- Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dianggap lemah, ketika KD mendekati nol (0).
- Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dianggap kuat, ketika KD mendekati satu (1).

3.10 Teknik Pengujian Hipotesis

Statistik uji “T” harus diterapkan untuk memastikan apakah variabel bebas (X) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Untuk mencapai hal ini, bandingkan nilai T Terhitung dengan T Tabel dengan margin kesalahan 10% ($\alpha = 0,1$). Parameter rumus yang digunakan untuk menilai relevansi dan tahapan pemeriksaan hipotesis diterapkan untuk sampai pada kesimpulan ini. Rumus yang digunakan untuk langkah-langkah pemeriksaan hipotesis dan pengujian relevansi adalah sebagai berikut

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : harga signifikansi korelasi r

2 : koefisiensi korelasi

n : jumlah sampel

Untuk mendapatkan kesimpulan ini, ketentuan yang dipakai untuk yakni:

Apabila nilai T hitung $>$ dari nilai T dan signifikan $<0,05$ berarti h_0 ditolak dan h_1 diterima yang mana hal tersebut berarti konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di akun Youtube “Menjadi Manusia” berpengaruh terhadap sikap Gen Z dalam menjaga kesehatan mental.

Apabila nilai T hitung $<$ dari nilai T dan signifikan $>0,05$ berarti h_0 diterima dan h_1 ditolak yang mana hal tersebut berarti konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental di akun Youtube “Menjadi Manusia” tidak berpengaruh terhadap sikap Gen Z dalam menjaga kesehatan mental.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besaran pengaruh yang diberikan konten berjudul Kamu Juga Manusia, di akun YouTube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap Gen Z dalam Menjaga Kesehatan Mental. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat, dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei terhadap 100 responden, penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari konten berjudul Kamu Juga Manusia terhadap sikap Gen Z. Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai t hitung (13,571) lebih besar dari t tabel (1,984), sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Besaran pengaruhnya mencapai 65,3%, yang dikategorikan sebagai pengaruh kuat berdasarkan uji koefisien determinasi, sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini
2. Dari beberapa faktor konten yang ada, faktor paling kuat yang dimiliki oleh konten berjudul Kamu Juga Manusia, Sebuah Dokumenter Tentang Kesehatan Mental adalah kredibilitas. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan keahlian komunikator dalam menyampaikan informasi secara jujur dan relevan memiliki pengaruh signifikan terhadap daya tarik konten tersebut. Sementara pada indikator sikap gen z, dimensi paling dominan muncul yaitu afektif. Ini mencerminkan bahwa konten tersebut mampu memotivasi emosional gen z. Dapat disimpulkan bahwa kredibilitas konten dan dimensi afektif dari sikap menjadi elemen kunci dalam memengaruhi gen z untuk lebih peduli terhadap kesehatan mental.

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang peneliti berikan dan diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan untuk penelitian selanjutnya, diantaranya yaitu:

1. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengukur komponen variabel lain dalam faktor eksternal yang mungkin memengaruhi sikap gen z seperti faktor lingkungan sosial, faktor psikologis dan lain sebagainya.
2. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti konten kesehatan mental yang terdapat di media sosial lain, dikarenakan setiap *platform* memungkinkan memiliki audiens dengan karakteristik yang berbeda dan format serta penyampaian yang berbeda, sehingga dapat membantu mengevaluasi mana yang paling efektif untuk menyampaikan pesan tentang meningkatkan kesadaran akan kesehatan mental atau apakah pendekatan di *platform* yang berbeda menghasilkan dampak yang sama.
3. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan metode kualitatif untuk memahami variabel sikap secara menyeluruh, dengan menggabungkan teknik observasi dan wawancara untuk memperoleh data yang lebih mendalam tentang sikap gen z dalam menjaga kesehatan mental.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Rakhmat, J. 2015. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hotmaulina Sihotang. 2023. Metode Penelitian Kuantitatif: UKI Press.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D.
- Junaedi, F. (2011). Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi.

Jurnal :

- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory : A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia*, 18(1), 99.
- Alfaruqy, M. Z. (2022). Generasi Z Dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orangnya. *PSYCHE: Jurnal Psikologi*, 4(1), 85.
- Alviano, I., & Saloom, G. (2022). Validasi Pengukuran Identitas Sosial Versi Indonesia Dengan Analisis Faktor Konfirmatori (CFA). *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 6.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 18–20.
- Apryanto, F. (2022). Peran Generasi Muda Terhadap Perkembangan Teknologi Digital Di Era Society 5.0. *Media Husada Journal Of Community Service*, 2(2), 131.
- Ardiansyah, G. M., Afiyah, A. N., Hadian, V. A., & Kurniawaty, I. (2024). Pengaruh Social Media terhadap Perubahan Sosial di Lingkungan Pelajar. *Jurnal Kajian Pendidikan Umum*, 22(1), 28.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26321.
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial

- Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7869.
- Ayuningtyas, D., & Rayhani, M. (2018). Analisis Situasi Kesehatan Mental Pada Masyarakat Di Indonesia Dan Strategi Penanggulangannya. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 9(1), 1–2.
- Bakar, R. M., Usmar, A. P. M., & Makassar, U. N. (2022). Growth Mindset dalam Meningkatkan Mental Health bagi Generasi Zoomer. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 123.
- Dachmiati, S. (2015). Program Bimbingan Kelompok Untuk Mengembangkan Sikap Dan Kebiasaan Belajar Siswa. *Faktor Jurnal Ilmu Kependidikan*, II(1), 14.
- Damayanti, S. E., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 214-223.
- Dary, W., & Fitiyah, P. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial dan Kualitas Informasi pada Fenomena# Presiden3periode Terhadap Persepsi Masyarakat Generasi-Z di TikTok. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 29-32.
- Dewi, R. A. P. K., Robinson, P., Puspitarini, R. C., Maksin, M., Putri, R. Y., Hidayati, N., & Fitrianti, D. (2024). Relevansi Pembangunan Berkelanjutan dengan Risiko. *PERSPEKTIF*, 13(3), 767-784.
- Distina, P. P. (2019). Pengembangan Dimensi Psychological Well-Being Untuk Pengurangan Risiko Gangguan Depresi. *Mawa'Izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 10(1), 51.
- Dwi Angga, B. (2018). Penggunaan Humor Dalam Video “Temen Sok Inggris” Yang Diunggah Di Youtube. *Journal Of Business & Applied Management*, 11(2), 13.
- Eribka, Mariam, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal “Acta Diurna,”* VI(1).
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 261–263.
- Fallenia, F. Della, Syafitri, R., & Syahputri, A. Z. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 161.

- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, A. S. A. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–260.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 88.
- Hasibuan, L. H., & Musthofa, S. (2022). Penerapan Metode Regresi Linear Sederhana Untuk Prediksi Harga Beras di Kota Padang. *JOSTECH: Journal of Science and Technology*, 2(1), 87–89.
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen*, 7(02).
- Ilat, I. P., Tapada, J., Durandt, C., & Koyongian, F. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial bagi Kesehatan Mental Remaja. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 836.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial , Youtube , Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 49–50.
- Lutfiah, A. Q., & Rahmadiani, D. (2024). Peran Perilaku Komunikasi Interpersonal Generasi Z dalam Pemanfaatan Media Digital. *Jurnal MANAJERIAL*, 23(1), 75-84.
- Mudarya, I. N., & Kurniawati, N. N. N. (2024). Meningkatkan Sumber Daya Manusia di Era Generasi Z dengan Menumbuhkan Kesadaran Pentingnya Kesehatan Mental. *Daiwi Widya*, 11(1), 19-28.
- Mukhlis, Annisa Latifah Salsabila, Luthfiah Khumaira, K. K., Fitria, A. D., Haridani, H., Sianturi, A. C. K., Nurul Rahmawati, Rizq Arya Satyo, R. I. S., & Rosi Ani Riski Lubis, H. F. M. (2022). Identifikasi Generasi Milenial Golongan Z Di Desa Tuntungan Ii Kecamatan Pancur Batu. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 1(1), 6–7.
- Naingolan, A. E., & Kartini. (2024). Istilah Etika , Pengertian Etika Komunikasi , dan Etika Komunikasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 2.
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 1—A

Theoretical Framework and Application to Dyadic Peer Relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 270.

Nurmuhammad, R. & Pamungkas, A. N. I. (2020). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Sikap Konsumen Game Mobile PT. Agate International. E-Proceeding of Manajement. Vol. 7, No. 1, April 2020 (ISSN: 2355-9357).

Paramayu, A., Rusmana, A., & Kurniasih, N. (2023a). Penggunaan Media Sosial ‘Menjadi Manusia’ Dalam Menyebarkan Informasi Kesehatan Mental. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 87.

Paramayu, A., Rusmana, A., & Kurniasih, N. (2023b). Penggunaan Media Sosial ‘Menjadi Manusia’ Dalam Menyebarkan Informasi Kesehatan Mental. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 89–90.

Prita Priantini, N. A. (2024). Persepsi Audiens Pada Pemberitaan Citizen Journalism Akun Instagram @prfm. *Jurnal LIlmu Jurnalistik*, 9(1), 142.

Puspitasari, S., Utomo, I. W., & Emeilia, R. I. (2023). Pengaruh Konten Instagram @petualanganmenujusesuatu Terhadap Sikap Dalam Menjaga Kesehatan mental. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 663.

Putri, W. E., Christiani, L. C., Sari, F. N., & Pramuja, M. (2024). Pengaruh Paparan Konten Tiktok Pandawara Group terhadap Perilaku Sadar Lingkungan. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 13(2), 360-373.

Radiani, W. A. (2019a). Kesehatan Mental Masa Kini Dan Penanganan Gangguannya Secara Islam. *Journal of Islamic and Law Studies*, 3(1), 94–96.

Radiani, W. A. (2019b). KESEHATAN MENTAL MASA KINI DAN PENANGANAN GANGGUANNYA SECARA ISLAMI. *Journal of Islamic and Law Studies*, 3(1), 97–98.

Ratika Zahra, N. R. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 6(1), 50.

Safitri, D., Nasichah, & Salsabila, Z. (2023). Analisis Isi Konten Kesehatan Mental Pada Akun TikTok @hey.tessss. *Nathiqiyyah: Jurnal Psikologi Islam*, 6(2), 42–43.

Sanny, B., & Dewi, R. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada. *Jurnal E-Bis (Ekonomi Bisnis)*, 4(1), 85.

Santiana, E., Juwita, R., & Dwivayani, K. D. (2023). Dampak penggunaan media

sosial instagram terhadap perilaku konsumtif dance cover K-Pop crush. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 43.

Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 6.

Sembiring, E. E., & Hermanto, Y. P. (2023). Generasi muda Kristen unggul dalam karakter melalui kesehatan mental. *Vox Dei: Jurnal Teologi dan Pastoral*, 4(2), 238-252.

Silfia Dini Pratiwi, R. D. (2022). Hubungan Gaya Hidup dengan Kesehatan Mental Remaja di Indonesia (Analisis Data Global School-Based Student Health Survey Indonesia 2015). *Jurnal Epidemiologi Kesehatan Komunitas*, 7(1), 383.

Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 190.

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5602.

Suwijik, S. P., & A'yun, Q. (2022). Pengaruh Kesehatan Mental dalam Upaya Memperbaiki dan Mengoptimalkan Kualitas Hidup Perempuan. *Journal of Feminism and Gender Studies*, 2(2), 110.

Taurik, U., & Mashudi, L. (2022). Faktor Mempengaruhi Perkembangan Afektif Faktors Influencing Affective Development. *Journal of Education and Culture (JEaC)*, 2(2), 3.

Teguh Saefuddin, Tia Norma, Savira, D. E. (2023). Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 5963.

Tomi Jepisa, Linda Wati, Ririn, & Husni. (2024). Edukasi Generasi Z Dan Deteksi Dini Kesehatan Mental Di Wilayah Kerja Puskesmas Kuranji Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 3(6), 152..

Wakas, J. E., & Wulage, M. B. N. (2021). Analisis Teori Uses And Gratification: Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen Pada Media Sosial Tiktok. *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*, 1(1), 25-44.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and

Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 3.

Wijaya, T. A., Yaslim, N. P., Permatasari, A. M. P., Yosevina, G. R., & Mamahit, H. C. (2023). Penerimaan Diri Generasi Z Di Era Perkembangan Media Sosial. *Psiko Edukasi*, 21(1), 42.

Wiryany, D., & Pratami, T. V. (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, 2(02), 28.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 101.

Zuchdi, D. (1995). Pembentukan Sikap. *Cakrawala Pendidikan*, 3(XIV), 52–53.

Zuwirna. (2016). Komunikasi yang Efektif. *E-Tech Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 1(1), 6.

Skripsi :

Ismawati, D. (2019). Pengaruh Penggunaan Akun Instagram “Duniahalal” Terhadap Keputusan Pembelian Barang. 29–30.

Internet :

Annur, C. M. (2023). *Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>

Hidayat, A. (2021). *Uji Pearson Product Moment dan Asumsi Klasik*. Statistikian. <https://www.statistikian.com/2012/07/pearson-dan-asumsi-klasik.html>

Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Marsha, K. (2023). *Apa Itu Regresi? Ini Pengertian, Rumus, Contoh, Fungsi, dan Manfaat*. DetikBali. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6611363/apa-itu-regresi-ini-pengertian-rumus-contoh-fungsi-dan-manfaat>

Pratiwi, F. S. (2023). *Survei: Kesehatan Mental Gen Z Lebih Buruk dari Generasi Lain*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/kesehatan/detail/survei-kesehatan-mental-gen-z-lebih-buruk-dari-generasi-lain>

Rico Frenaldi Tokanto, Y. S. (2021). *PERKEMBANGAN YOUTUBE DI INDONESIA*. Binus University.

activity.binus.ac.id/himstat/2021/05/21a8/

Rusdiana, A. (2021). *Apa, mengapa, dan Bagaimana Definisi Operasional*.
<https://a.rusdiana.id/2022/06/19/definisi-operasional/>