

KEPERCAYAAN AUDIENS DALAM MENILAI SUMBER INFORMASI KESEHATAN MENTAL DI MEDIA SOSIAL

Oleh

YY Wima Riyayanatasya^{*1}, Shinta Desiyana Fajarica², I Wayan Suadnya³

^{1,2,3} Universitas Mataram, Indonesia

Email: ¹yywimar@unram.ac.id

Article History:

Received: 12-09-2025

Revised: 17-09-2025

Accepted: 15-10-2025

Keywords:

Kepercayaan Audiens;
Informasi Kesehatan
Mental; Media Sosial

Abstract: Perkembangan teknologi telah membentuk budaya bermedia masyarakat. Salah satunya adalah pencarian informasi kesehatan secara online. Media sosial menjadi sumber informasi kesehatan mental yang populer. Penelitian ini berusaha memberikan gambaran tentang pengalaman pencarian informasi kesehatan mental yang dilakukan remaja pada beragam media sosial dan menjelaskan proses penilaian terhadap sumber informasi kesehatan mental hingga membentuk kepercayaan remaja. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan melibatkan remaja usia 17-24 tahun yang aktif mengonsumsi informasi kesehatan mental melalui media sosial. teknik analisis data yang akan digunakan adalah filling system. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa audiens memercayai sumber informasi kesehatan mental berdasarkan latar belakang pendidikan sumber informasi; penggunaan data ilmiah dan sumber rujukan terpercaya; interaktivitas sumber informasi dengan audiens; pengemasan konten; jumlah views, likes, subscriber, dan komentar; serta gaya komunikasi storytelling yang digunakan sumber informasi. Kepercayaan audiens dibangun melalui proses penilaian konten dan media yang dilakukan oleh audiens dalam mencari informasi kesehatan mental di media sosial. Beragam media sosial yang digunakan untuk mencari informasi kesehatan mental adalah Instagram, Youtube, TikTok, Twitter, dan Quora.

PENDAHULUAN

Internet telah menawarkan kemudahan dalam mengakses informasi kesehatan. Bahkan internet dikatakan sebagai sumber informasi paling terpercaya dan paling penting terkait informasi kesehatan setelah profesi kesehatan (Zulfikar, 2018). Dalam hal ini, termasuk keberadaan media sosial sebagai salah satu sumber informasi kesehatan. Media sosial menjadi sumber populer untuk mencari dan mendapatkan informasi kesehatan termasuk masalah kesehatan dan berbagi pengalaman, dukungan emosional, dan pengetahuan sesama pengguna media sosial (Hausmann, dkk. dalam Kim, dkk., 2023).

Salah satu topik kesehatan yang ramai diperbincangkan di media sosial adalah kesehatan mental. Kesehatan mental merupakan suatu kondisi kesejahteraan mental yang

memungkinkan orang untuk mengatasi tekanan hidup, menyadari kemampuan mereka, belajar dan bekerja dengan baik, serta berkontribusi pada komunitas (WHO, 2022). Beragam topik kesehatan mental yang muncul di media sosial adalah gejala, perawatan, pengalaman pribadi, solusi gaya hidup, stigma terhadap kesehatan mental (Ottewell; Chisholm, dkk.; dalam Ju, dkk., 2023).

Namun, ada kekhawatiran besar tentang kemuculan media sosial sebagai sumber informasi kesehatan yang populer. Hal ini dikarenakan siapapun dapat mengunggah dan berbagi informasi secara bebas melalui media sosial. Reed (2023) menyebutkan bahwa sumber informasi kesehatan mental di media sosial biasanya merupakan pengguna biasa, atau influencer yang melakukan promosi kesehatan. Bahkan, informasi kesehatan mental lebih banyak dikomunikasikan pengguna biasa dan influencer dibandingkan dengan profesional kesehatan (Reed, 2023). Hal ini membuat informasi kesehatan mental belum terverifikasi dengan baik, bahkan informasi palsu dapat menyebar dengan cepat (Kim, dkk., 2023). Kim, dkk. (2023) menjelaskan bahwa informasi palsu di media sosial biasanya mencakup mitos, konspirasi terkait metode pengobatan dan pencegahan, hingga efek samping tak berdasar.

Maka dari itu, penting untuk memahami proses bagaimana audiens media, mencari, memilih, dan mengevaluasi sumber informasi kesehatan mental yang mereka konsumsi. Dalam studi sistematik literature review yang dilakukan oleh Sbaffi & Rowley (2017), didapatkan data demografi berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap informasi kesehatan online, salah satunya adalah faktor usia. Kelompok usia yang lebih muda mencari dan mempercayai informasi online lebih banyak dibandingkan dengan kelompok usia dewasa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar (2018), menyebutkan bahwa mayoritas pencari informasi obat dan penyakit secara online memiliki karakteristik usia 18 hingga 24 tahun. Sehingga, penelitian ini berfokus pada perilaku pencarian informasi kesehatan mental yang dilakukan oleh remaja.

Beragam penelitian terkait kesehatan mental dan media sosial telah banyak dilakukan di Indonesia, terutama pada studi kesehatan dan psikologi. Studi-studi tersebut masih berfokus pada dampak penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental remaja (Arsini, dkk., 2023; Al Yasin, dkk., 2022; Rosmalina & Khaerunnisa, 2021). Namun belum banyak penelitian yang menyajikan tentang pengalaman eksplorasi informasi kesehatan mental yang berfokus pada proses penilaian sumber informasi kesehatan mental yang dilakukan audiens terhadap banyaknya sumber informasi yang tersedia di media sosial. Maka dari itu, penelitian ini ingin mengungkap tentang proses bagaimana remaja sebagai audiens media menilai sumber informasi kesehatan mental di media sosial sehingga terbangun kepercayaan terhadap informasi tersebut.

LANDASAN TEORI

Penggunaan Media Sosial dalam Mencari Informasi Kesehatan

Pencarian informasi kesehatan secara online menjadi populer. Hal ini dikarenakan pencarian informasi online menawarkan kemudahan, kecepatan, dan akses gratis terhadap

beragam informasi, terutama informasi kesehatan (Kreps & Neuhauser dalam Kim, dkk., 2023, h. 199; Malik, dkk., 2023, h. 580). Selain itu, jumlah informasi kesehatan yang tak terhingga dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi kesehatan yang membantu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan kesehatan, serta promosi tindakan preventif (Kreps & Neuhauser dalam Kim, dkk., 2023, h. 199). Salah satu bentuk komunikasi kesehatan lain adalah diseminasi informasi kesehatan melalui media sosial.

Media sosial merupakan teknologi media yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari individu, tak terkecuali remaja. Triptow, dkk. (2023) menyebutkan bahwa banyak individu yang bergantung pada media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mereka. Informasi kesehatan pada media sosialpun mencakup topik yang beragam. Sebagai platform populer di kalangan remaja, media sosial digunakan untuk mencari dan menambah informasi kesehatan, berbagi masalah kesehatan, bertukar pengalaman dan pengetahuan kesehatan, serta saling memberikan dukungan (Kim, dkk., 2023, h.199).

Tidak hanya memfasilitasi pencarian informasi kesehatan, namun media sosial juga memberikan wadah untuk berbagi informasi tentang pengalaman kesehatan individu (Malik, dkk., 2023, h.580). De Choudhury dalam Malik (2023) menjelaskan bahwa individu menggunakan media sosial untuk tujuan kesehatan seperti mencari saran, berinteraksi dengan profesional dan orang lain yang memiliki pengalaman kesehatan yang sama, diskusi, dan mencari alternatif pengobatan. Hal ini kemudian membentuk pencarian secara aktif yang mengakibatkan pada keputusan mengenai kesehatan seseorang (Malik, 2023). Keterlibatan pengguna media sosial dengan informasi kesehatan di platform media sosial cenderung melibatkan pencarian informasi secara aktif dibandingkan pasif (Quan-Hasee & Young; Sundar & Limperos; dalam Triptow, dkk., 2023).

Tiptrow, dkk. (2023), dalam studinya mengungkap tentang sikap dan pendapat dewasa muda yang beralih pada media sosial dalam pencarian informasi kesehatan. Ia menemukan empat faktor utama, yakni penikmat kesehatan, penggemar kesehatan, loyalis, dan teman virtual. Pertama, penikmat kesehatan adalah mereka yang bersikap skeptis terhadap keandalan influencer dan berfokus pada fakta, bukan komunitas (Tiptrow, dkk., 2023). Kedua, penggemar kesehatan adalah mereka yang aktif mencari konten yang mereka inginkan (Tiptrow, dkk., 2023). Ketiga, loyalis adalah mereka yang skeptis terhadap influencer, namun begitu mereka menemukan influencer yang dianggap kredibel, maka mereka akan menjadi penggemar setia (Tiptrow, dkk., 2023). Keempat, teman virtual, adalah mereka yang menggunakan media sosial untuk komunitas dan dukungan. Hal ini menunjukkan tentang bagaimana sikap audiens terhadap informasi kesehatan yang mereka jumpai di media sosial.

Pada penelitian lain menyebutkan bahwa kelompok usia lebih muda, seperti generasi millenial dan generasi Z, kecenderungan memanfaatkan media sosial untuk mencari, mendiskusikan, dan berbagi informasi kesehatan. Informasi tersebut seperti informasi obat, pengobatan alternatif, pengendalian berat badan, diet dan nutrisi, kesehatan wanita, suplemen makanan, hasil tes medis, cara hidup sehat, seksula dan reproduksi, dan kesehatan mental (Obasola & Agunbiade, 2016; Maon, dkk., 2017; Zulfikar, 2018; Bach & Wenz, 2020; Gong & Verboord dalam Malik, 2023; Tariq, dkk., dalam Malik, 2023).

Teori Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* menjelaskan tentang motivasi dan alasan penggunaan media yang dilakukan individu secara sadar untuk memenuhi kebutuhan atau keputusan mereka (Griffin, dkk, 2019; West & Turner; 2020). Kats, Blumer, & Gurevitch dalam West & Turner (2020) menyebutkan lima asumsi dasar, yakni: (1) Audiens adalah aktif dan penggunaan media didasarkan atas tujuan tertentu; (2) Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan dan kepuasan untuk pilihan media spesifik ada pada audiens; (3) Media berkompetisi dengan sumber lainnya dalam pemenuhan kebutuhan dan kepuasan; (4) Audiens memiliki kesadaran diri yang cukup terhadap penggunaan media, kepentingan, dan motif atas pilihan media tertentu sehingga dapat memberikan penjelasan yang akurat mengenai kegunaanya; dan (5) Penilaian terhadap konten suatu media hanya dapat dilakukan oleh audiens.

Teori Ekologi Media

Teori ekologi media menjelaskan tentang pengaruh teknologi pada kehidupan masyarakat yang tak terhindarkan (West & Turner, 2020). Masyarakat berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi yang juga mengubah media. Teori ini menjelaskan tentang peran media yang mampu membentuk struktur kebudayaan masyarakat, termasuk penciptaan dan pengelolaan budaya (McLuhan dalam West & Turner, 2020).

Bahkan dijelaskan bahwa teknologi telah memaksa masyarakat untuk terus bergantung, khususnya teknologi komunikasi (Haryati, 2012, h.157). Maka dari itu, kemampuan penggunaan teknologi oleh masyarakat dapat menghasilkan tatanan masyarakat secara keseluruhan (Haryati, 2012). Dalam teori ini disebutkan bahwa media dan proses komunikasi mempengaruhi pemahaman, persepsi, perasaan, dan nilai yang dimiliki manusia, serta interaksi manusia dengan media (West & Turner, 2020; Haryati, 2012).

Adapun tiga asumsi dasar teori ini adalah (mengutip pada West & Turner, 2020): (1) Media mempengaruhi hampir seluruh aspek dalam setiap perbuatan dan tindakan masyarakat; (2) Media mempengaruhi dan memperbaiki persepsi kita, serta mengelola pengalaman kita; (3) Media mempersatukan seluruh dunia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Neumann (2000) menyebutkan penelitian deskriptif menggambarkan detail terhadap situasi, setting sosial dan hubungan secara spesifik. Penelitian ini berusaha mengungkap pengalaman informan atas pengalaman mereka melakukan pencarian informasi kesehatan mental menggunakan media sosial hingga proses penilaian sumber informasi kesehatan mental yang menghasilkan kepercayaan remaja terhadap sumber informasi tersebut. Berdasarkan Harbiansyah (2008, h.170) dalam menjelaskan fenomena dan makna pengalaman individu perlu dilakukan wawancara. Maka dari itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dan studi literatur. Penelitian ini melibatkan enam informan, yakni lima informan utama dan satu informan pendukung. Informan utama yakni remaja usia 17-24 tahun yang aktif mengonsumsi informasi kesehatan mental melalui media sosial, sedangkan informan pendukung merupakan psikiater. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive

sampling dengan kriteria. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *filling system*. *Filling system* merupakan analisis data yang membuat kategori-kategori tertentu atau domain-domain tertentu (Kriyantono, 2012, h.199). Wimmer & Dominick dalam Kriyantono (2012) menyebutkan bahwa *filling system* adalah memasukkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti kedalam kategori-kategori tertentu yang telah dibuat oleh peneliti lalu data diinterpretasikan dan memadukan dengan teori yang digunakan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial: Platform Utama dalam Mencari Informasi Kesehatan Mental

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, keseluruhan informan menyatakan bahwa mereka memahami terkait pentingnya informasi kesehatan mental. Selain itu, para informan telah memanfaatkan teknologi digital berupa media sosial dalam mencari informasi kesehatan mental sesuai kebutuhan mereka. Seluruh informan mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial dianggap memudahkan dan memberikan solusi cepat ketika membutuhkan informasi kesehatan mental. Jafar dkk., (2023) menyebutkan bahwa media sosial menjadi sumber utama informasi kesehatan, pertukaran dan pengaruh kesehatan. Informan mengungkapkan bahwa pencarian informasi kesehatan mental di media sosial menjadi salah satu solusi untuk memahami diri sendiri, mendapatkan dukungan, motivasi, dan validasi atas perasaannya melalui konten di media sosial. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Malik, dkk., (2023, h.580) yang menyebutkan bahwa media sosial sebagai wadah berbagi informasi tentang pengalaman kesehatan individu. Beberapa topik yang sering dicari melalui media sosial adalah permasalahan mental seperti kekhawatiran dan stress, mindset, terapi, dan gejala penyakit mental.

Beragam media sosial yang digunakan informan untuk mencari informasi kesehatan mental seperti Instagram, Youtube, TikTok, Twitter, dan Quora. Namun, setiap informan memiliki kecenderungan dalam menggunakan media sosial tertentu. Hal ini sejalan dengan asumsi teori *uses and gratification* yang menunjukkan bahwa audies secara aktif memilih media berdasarkan tujuan tertentu (West & Turner, 2020).

Setiap media sosial memiliki karakteristik khusus, terlebih pada fitur yang ditawarkan. Konsumsi media sosial dipilih berdasarkan fitur khusus yang dianggap memenuhi kebutuhan dan kepuasan audiens. West & Turner (2020) menyebutkan bahwa asumsi kedua *uses & gratification* adalah inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan dan kepuasan untuk pilihan media spesifik ada pada media, sehingga pilihan tersebut dilakukan secara sadar oleh audiens.

Penelitian ini mengungkapkan alasan dibalik pemilihan media bagi audiens. Sebagai contoh, fitur *reels* pada Instagram menampilkan informasi lengkap dengan dukungan visual dan audio. Mendukung hal tersebut, penelitian Meliana dkk., (2024) menyebutkan bahwa Instagram dapat meningkatkan kepercayaan melalui *caption* dan konten sehingga menjadi media informasi kesehatan mental. Berbeda dengan Instagram, Youtube menawarkan video audio visual dengan durasi yang lebih panjang. Informan meyakini bahwa karakteristik tersebut mendorong informasi kesehatan mental yang lebih detail.

Namun, Jafar dkk., (2023) mengungkapkan bahwa media sosial juga memiliki asosiasi negatif dengan kesehatan mental, yang memungkinkan adanya penyebaran misinformasi dan meremehkan keberadaan tenaga kesehatan. Hal ini bertentangan dengan temuan penelitian

ini, yang menunjukkan bahwa informan secara aktif memilih sumber informasi dengan hati-hati. Meski tidak semua informan memiliki sumber rujukan dalam informasi kesehatan mental, namun mereka memilih akun media sosial yang dikelola oleh sosok yang memiliki kredibilitas, seperti psikolog dan psikiater.

Keberadaan profesional kesehatan mental di media sosial membuat kemudahan akses semakin nyata. Profesional kesehatan beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan memanfaatkan keberadaan media sosial untuk promosi kesehatan dan menjangkau audiens lebih luas. Informan penelitian ini, seorang psikiater menyebutkan bahwa penggunaan media sosial mendorong adanya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan mental. Hal ini dipandang sebagai fenomena positif, terlebih masyarakat masih memiliki stigma negatif terhadap kesehatan mental.

Bahkan terdapat informan yang mengatakan bahwa konten profesional kesehatan di media sosial telah menggantikan peran buku, yang dirasa jauh lebih lengkap. Di sisi lain, kecepatan informasi memberikan akses mudah audiens terhadap informasi kesehatan mental yang seringkali susah dijangkau. Hal ini menunjukkan bahwa ada perubahan pola konsumsi informasi kesehatan mental, dari konvensional buku bergeser pada konten-konten di media sosial. Tak hanya itu, adaptasi profesional kesehatan yang melihat media sosial sebagai peluang untuk memberikan edukasi kepada masyarakat.

Perubahan tersebut selaras dengan asumsi teori ekologi media yang menyebutkan bahwa kehidupan manusia menjadi satu kesatuan dengan kemampuan individu dalam menggunakan berbagai macam bentuk media dan teknologi (West & Turner, 2020). Manusia beradaptasi dengan teknologi dan mengubah cara berkomunikasi. Informasi kesehatan mental yang dulunya susah diakses karena stigma negatif masyarakat untuk menemui psikolog dan psikiater, kini audiens dapat memanfaatkan beragam media sosial secara bebas untuk mencari informasi yang mereka butuhkan.

Penilaian Audiens Terhadap Informasi Kesehatan Mental di Media Sosial

Dalam mengonsumsi informasi kesehatan mental di media sosial, audiens dihadapkan dengan beragam informasi dan beragam sumber. Maka dari itu, audiens akan menilai dalam memilih informasi mana yang akan dikonsumsi. berdasarkan hasil wawancara, beragam alasan telah dikemukakan oleh para informan. Tiga informan menyebutkan bahwa latar belakang pendidikan sebagai salah satu faktor penilaian audiens terhadap akurasi informasi kesehatan. Misalnya, informan 1 yang memilih akun youtube milik psikiater untuk memenuhi kebutuhan informasi kesehatannya. Selain itu, informan menilai informasi kesehatan berdasarkan penggunaan sumber rujukan berbasis data seperti jurnal, pengemasan konten (materi, penulisan, penggunaan bahasa sederhana, dan cara penyampaian informasi), serta membandingkan informasi kesehatan daring dengan informasi yang didapatkan dari konsultasi langsung dengan profesional (psikolog dan psikiater).

Hal ini menjelaskan bahwa audiens melakukan penilaian terhadap konten suatu media terkait kebutuhan informasi kesehatan mental yang mereka konsumsi, selaras dengan asumsi teori *uses and gratification*. Keaktifan audiens dalam melakukan penilaian terhadap konten media memberikan pemenuhan kebutuhan akan informasi yang diharapkan oleh audiens.

Dalam penelitian ini, audiens melihat pentingnya sumber sebagai komunikator dalam menyampaikan informasi kesehatan mental di media sosial. Tak hanya itu, pesan yang

disampaikan memerlukan dukungan data dengan sumber rujukan seperti jurnal. Hal ini menunjukkan bahwa audiens media sosial memiliki kemampuan literasi pada media sosial dengan mengakses, menganalisis dan mengevaluasi (Srikandi, dkk., 2023) beragam informasi kesehatan yang akan mereka konsumsi.

Kepercayaan Audiens terhadap Informasi Kesehatan Mental

Media sosial tak kekurangan dalam memberikan informasi kesehatan mental bagi audiens. Dari sekian banyak konten terkait informasi kesehatan mental, audiens melakukan penilaian dan memutuskan untuk mempercayai konten tertentu. Beragam faktor dalam menumbuhkan kepercayaan audiens diungkap oleh beberapa penelitian terdahulu, seperti brand sumber informasi, pengungkapan sumber, desain website, kualitas informasi, kemudahan pencarian informasi, rekomendasi personal, gaya informasi, verifikasi informasi, kredibilitas, dan informasi yang berguna (Khosrowjerdi, 2020). Penelitian ini mengungkapkan bahwa audiens memercayai sumber informasi kesehatan mental berdasarkan latar belakang pendidikan sumber informasi; penggunaan data ilmiah dan sumber rujukan terpercaya; interaktivitas sumber informasi dengan audiens; pengemasan konten; jumlah *views*, *likes*, *subscriber*, dan komentar; dan gaya komunikasi *storytelling* yang digunakan sumber informasi.

Seluruh informan menyatakan bahwa faktor utama dalam kepercayaan audiens terhadap informasi kesehatan mental adalah latar belakang pendidikan sumber informasi seperti psikolog dan psikiater. Latar belakang pendidikan seringkali tercantum pada profil media sosial sumber informasi, seperti title yang melekat pada nama. Sumber informasi yang berasal dari seorang ahli, dapat menunjukkan kredibilitas dan informasinya terpercaya (Satyalesmana & Nugroho dalam Apriandi dkk., 2024). Selain itu, fitur verifikasi centang biru yang disediakan oleh platform media sosial dapat mengindikasikan keaslian sumber informasi. Faruugia, dkk., (2021, h.2098) dalam studinya menjelaskan tentang kecenderungan anak muda menghargai sumber yang diinformasikan oleh ahli, seperti organisasi kesehatan yang jelas dan akun pribadi yang relevan dengan pengalaman terkait permasalahan tertentu. Maka, audiens akan memilih sumber mana yang akan mereka percayai.

Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa audiens percaya pada konten yang menggunakan data ilmiah dan sumber rujukan sebagai penguat informasi kesehatan yang disampaikan sumber. Afful-Dadzie, dkk. (2023) menyebutkan bahwa salah satu kriteria kualitas informasi kesehatan adalah konten dengan informasi kesehatan yang dipublikasikan secara akurat, jelas dan dilengkapi dengan bukti yang jelas. Di sisi lain, informan percaya pada pengemasan konten yang menggunakan desain *simple* dan penggunaan font dan warna yang mudah dibaca.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa audiens menyukai fitur interaktivitas seperti kolom komentar dan fitur *question box*. Kepercayaan audiens terhadap sumber informasi kesehatan mental dapat muncul ketika audiens memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung secara virtual dengan sumber informasi. Di sisi lain, informan meyakini bahwa kolom komentar dapat menunjukkan opini dan review dari audiens lain terkait kualitas sumber informasi, yang menjadi landasan audiens untuk memercayai sumber informasi tersebut.

Dalam konsumsi media digital, jumlah *views*, *likes* dan *subscriber* seringkali menjadi faktor pendorong kepercayaan audiens terhadap sumber informasi kesehatan mental. Jumlah tersebut mencerminkan sumber informasi terpercaya dan memiliki reputasi yang baik. Namun informan mengatakan bahwa penilaian terhadap jumlah *views*, *likes*, dan *subscriber* hanya berlaku pada sumber informasi yang benar-benar baru dan tidak memiliki latar belakang pendidikan yang relevan.

Russman & Hess (2020, h.3186) menyebutkan bahwa kepercayaan terhadap media meliputi tiga layer, yakni percaya pada saluran atau medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan; percaya pada sumber konten atau jurnalis; dan percaya pada pesan atau konten media itu sendiri. Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa audiens juga memiliki tiga layer kepercayaan. Pertama, audiens memilih media sosial tertentu sebagai saluran untuk mengonsumsi informasi kesehatan mental sesuai dengan kebutuhan dan motivasinya. Kedua, audiens memilih sumber informasi berdasarkan latar belakang pendidikan yang ditandai dengan title serta verifikasi centang biru pada akun media sosial sumber informasi. Ketiga, audiens percaya pada konten sumber informasi dengan menilai ketersediaan data ilmiah dan sumber ilmiah yang digunakan sumber, serta pengemasan konten, termasuk desain konten itu sendiri.

Berdasarkan tiga layer kepercayaan terhadap media yang diungkapkan Russman & Hess (2020) tersebut, saluran komunikasi merupakan layer pertama yang menjembatani sumber informasi dengan audiens. Pemilihan saluran komunikasi penting untuk menentukan tersampainya pesan kepada khalayak, seperti yang dinyatakan oleh McLuhan bahwa "*medium is the message*" (Haryati (2012). Media sosial, sebagai saluran komunikasi memberikan kemudahan dan mengubah pola konsumsi informasi kesehatan mental bagi remaja. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi telah membentuk budaya konsumsi informasi kesehatan yang baru, yang cepat, hemat, dan praktis. Hal ini sejalan dengan asumsi teori ekologi media yakni media memengaruhi hampir seluruh aspek dalam setiap perbuatan dan tindakan masyarakat (West & Turner, 2020).

Sikap Audiens terhadap Informasi Kesehatan Mental

Terdapat empat sikap dan pendapat dewasa muda ketika beralih pada media sosial dalam pencarian informasi kesehatan (Tiptrow, dkk, 2023). Empat sikap tersebut adalah penikmat kesehatan, penggemar kesehatan, loyalis, dan teman virtual. Sikap ini menunjukkan tentang sikap audiens terhadap informasi kesehatan yang mereka jumpai di media sosial.

Penelitian ini menemukan bahwa empat informan memiliki sikap aktif dalam mencari informasi kesehatan mental, sedangkan satu informan memiliki sikap skeptis terhadap keandalan *influencer* atau sumber informasi. Sikap aktif dalam mencari kesehatan informasi tergolong dalam kategori penggemar kesehatan. Penggemar kesehatan merupakan orang-orang yang aktif dalam mencari konten yang mereka inginkan (Tiptrow, dkk., 2023). Sikap aktif audiens didasarkan pada kebutuhan dan tujuan tertentu.

Namun, sikap aktif dalam pencarian informasi kesehatan mental dapat mendorong adanya pencarian secara pasif yang membentuk *filter bubble*. *Filter bubble* merupakan personifikasi dunia informasi seseorang, yang unik dan bergantung pada perilaku berinternet orang tersebut yang memungkinkan audiens mendapat konten sesuai dengan

aktivitasnya di internet (Pasier dalam Wulandari,dkk., 2021; Wulandari, dkk., 2021). Hal ini dikarenakan media sosial membaca algoritma dari histori pencarian penggunaanya. Semakin sering pengguna mencari informasi tertentu, maka informasi tersebut akan lebih sering muncul di beranda. Akhirnya, audiens menerima informasi kesehatan mental secara pasif.

Masalah lain muncul kemudian saat lingkungan informasi terbentuk atas kesesuaian pendapat dan diperkuat dengan informasi yang ia konsumsi melalui media sosial. Hal ini disebut dengan *echo chamber*, yakni lingkungan yang hanya menemukan informasi yang mencerminkan dan memperkuat pendapat mereka sendiri (GCFLearn dalam Wulandari, dkk., 2021). Tentunya pembentukan *echo chamber* ini akan membuat audiens percaya terhadap informasi yang ia konsumsi, karena informasi-informasi tersebutlah yang muncul pada lingkungan informasinya. Hal ini sejalan dengan asumsi teori ekologi kedua, yakni media memengaruhi dan memperbaiki persepsi, serta mengelola pengalaman masyarakat (West & Turner, 2020).

Di sisi lain, sikap skeptis terhadap keandalan sumber informasi merupakan kategori penikmat kesehatan (Tiptrow, dkk., 2023). Audiens tetap mengonsumsi informasi kesehatan namun berusaha untuk mencari kebenaran dan keandalan dari sumber berita, yakni *influencer*, yang seringkali bias karena *endorsement*. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens memiliki kemampuan literasi digital untuk memvalidasi informasi sebelum mempercayai informasi tersebut.

Keterlibatan Audiens Pada Media Sosial

Dalam mengonsumsi informasi kesehatan mental, audiens memiliki keterlibatan pada media sosial dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada. Beragam bentuk keterlibatan telah dilakukan oleh para informan. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan memiliki keterlibatan aktif dalam mencari informasi kesehatan mental.

Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh informan terlibat aktif dalam pencarian dan penyebaran informasi kesehatan mental di media sosial. Sejalan dengan asumsi dasar teori *uses and gratification*, yang menyebutkan bahwa audiens adalah aktif dan penggunaan media didasarkan atas tujuan tertentu (West & Turner, 2020). Keterlibatan audiens dan pemilihan fitur media sosial yang digunakan merupakan pilihan aktif dan memiliki tujuan serta sikap mereka terhadap informasi yang dikonsumsi.

Penelitian ini menemukan bahwa fitur yang digunakan informan adalah *like, share, save, komentar, mention, dan report*. Fitur yang paling dominan digunakan audiens adalah *likes*. Tujuan audiens dalam memanfaatkan fitur *likes* guna menunjukkan persetujuan terhadap isi konten.

Selain itu fitur *share* juga sering digunakan informan untuk berbagi informasi kesehatan mental. Penyebaran informasi yang dilakukan dapat dikatakan sebagai bentuk promosi kesehatan. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Ju, dkk (2023) yang menyebutkan bahwa fitur media sosial dapat membantu penyebaran informasi kesehatan secara masif. Terlebih jika fitur *share* yang digunakan. Fitur *share* memberikan kesempatan audiens untuk berbagi informasi yang dikonsumsi kepada pengguna media sosial lain, baik secara privat melalui *direct message* maupun secara publik melalui *instastory*. Audiens memiliki pilihan dalam perilaku yang akan dia lakukan selama penggunaan media sosial.

Disamping itu, penggunaan fitur *report* dimanfaatkan untuk mencegah penyebaran informasi hoaks.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa audiens memercayai sumber informasi kesehatan mental berdasarkan latar belakang pendidikan sumber informasi; penggunaan data ilmiah dan sumber rujukan terpercaya; interaktivitas sumber informasi dengan audiens; pengemasan konten; jumlah *views*, *likes*, *subscriber*, dan komentar; serta gaya komunikasi *storytelling* yang digunakan sumber informasi. Kepercayaan audiens dibangun melalui proses penilaian konten dan media yang dilakukan oleh audiens dalam mencari informasi kesehatan mental di media sosial. Beragam media sosial yang digunakan untuk mencari informasi kesehatan mental adalah Instagram, Youtube, TikTok, Twitter, dan Quora.

Saran

Pada penelitian selanjutnya, dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif untuk melihat faktor predictor yang paling dominan dalam menumbuhkan kepercayaan audiens terhadap informasi kesehatan mental di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afful-Dadzie, E., Afful-Dadzie, A., & Egala, S. B. (2023). Social media in health communication: A literature review of information quality. *Health Information Management Journal*, 52(1), 3-17. DOI: 10.1177/1833358321992683.
- [2] Al Yasin, R., Anjani, R. R. K. A., Salsabil, S., Rahmayanti, T., & Amalia, R. (2022). Pengaruh sosial media terhadap kesehatan mental dan fisik remaja: A systematic review. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 3(2), 83-90. <https://doi.org/10.31004/jkt.v3i2.4402>.
- [3] Apriandi, M.M., Maritasari, D. B., Maulida, B. Z. A., Karmila, I. (2024). Kredibilitas sumber ilmiah di era digital. *NUSRA: Jurnal Penelitian dan Ilmu Pendidikan*, 5(3), 1261-265. DOI: <https://doi.org/10.55681/nusra.v5i3.3139>
- [4] Arsini, Y., Azzahra, H., Tarigan, K. S., & Azhari, I. (2023). Pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental remaja. *Mudabbir: Jurnal Research and Education Studies*, 3(2), 50-54. ISSN: 2774-8391.
- [5] Bach, R. L. & Wenz, A. (2020). Studying health-related internet and mobile device use using web logs and smartphone records. *PLoS ONE*, 15(6), 1-20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234663>.
- [6] Farrugia, A., Waling, A., Pienaar, K., & Frazer, S. (2021). The “Be all and end all”? Young people, online sexual health information, science, and skepticism. *Qualitative Health Research*, 31(11), 2097-2110. DOI: 10.1177/10497323211003543.
- [7] Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). A first look at communication theory, 10th ed. McGrawHill Education.
- [8] Haryati. (2012). Ekologi media di era konvergensi. *Observasi*, 10(2), 147-167. ISSN 1412-5900.
- [9] Jafar, Z., dkk. (2023). Social media for public health: Reaping the benefits, mitigating the harms. *Health Promotion Perspectives*, 13(2), 105-112. DOI: 10.34172/hpp.2023.13.

- [10] Ju, R., Jia, M., & Cheng, J. (2023). Promoting mental health on social media: A content analysis of organizational tweets. *Health Communication*, 38(8), 1540-1549. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.20188344>.
- [11] Khosrowjerdi, M. (2020). National culture and trust in online health information. *Journal of Librarianship and Information Science*, 52(2), 509-528. DOI: 10.1177/0961000619836716.
- [12] Kim, L., Hong, Y., Abrar, S. & FitzGerald, C. A. (2023). Relationship between social media use, exposure to vaccine misinformation and online health information seeking behaviour. *Journal of Creative Communications*, 18(2), 199-213. DOI: 10.1177/09732586231166111.
- [13] Malik, A., Islam, T., Ahmad, M., & Mahmood, K. (2023). Health information seeking and sharing behavior of young adults on social media in Pakistan. *Journal of Librarianship and Information Science*, 55(3), 579-595. DOI: 10.1177/09610006221090228.
- [14] Maon, S. N., Hassan, N. M., & Seman, S. A. A. (2017). Online health information seeking behavior pattern. *Advanced Science Letters*, 23(11), 10582-10585.
- [15] Meliana, T., Abdurahman, A. E., Mirza, M. (2024). Aktivitas pengelolaan media sosial sebagai media informasi kesehatan mental pada Instagram @Howslife.Id. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 957-965. E-ISSN: 2089-5364.
- [16] Obasola, O. I., & Agunbiade, O. M. (2016). Online health information seeking pattern among undergraduates in a Nigerian University. *Sage Open*, 6(1), 2158244016635255.
- [17] Reed, O. S. (2023). Responses to mental health care posts by social media influencer: The moderating effects of previous experience and follower involvement. *Mass Communication and Society*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2269542>.
- [18] Russman, U. & Hess, A. (2020). News consumption and trust in online and social media: An in-depth qualitative study of young adults in Austria. *International Journal of Communication*, 14, 3184-3201.
- [19] Rosmalina, A. & Khaerunnisa, T. (2021). Penggunaan media sosial dalam kesehatan mental remaja. *Prophetic: Professional, Empathy, and Islamic Counseling Journal*, 4(1), 49-58. E-ISSN: 2685-0702.
- [20] Sbaffi, L. & Rowley, J. (2017). Trust and credibility in web-based health information: A review and agenda for future research. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6), 1-17.
- [21] 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), 179-192. E-ISSN 2615-7179.
- [22] Triptow, C., Freeman, P. L., & Robinson, T. (2023). #HealthyLifestyle: A Q methodology analysis of why young adults like to use social media to access health information. *Journal of Health Psychology*, 1-14. DOI: 10.1177/13591053231200690.
- [23] West, R. & Turner, L. H. (2020). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, 7th ed. McGrawHill.
- [24] WHO. (2022). Mental Health. Diakses pada 9 Desember 2023, di <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>.
- [25] Wulandari, V., Rullyana, G., dan Ardiansyah. (2021). Pengaruh algoritma *filter bubble*

dan *echo chamber* terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 17(1), 98-111. <https://doi.org/10.22146/bip.vl7il.423>.

- [26] Zulfikar, I. (2018). Pemanfaatan internet untuk mencari informasi obat dan penyakit pada masyarakat [Skripsi, Universitas Gadjah Mada]. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/154997>.