

Konstruksi Pesan Kesehatan Mental pada Media sosial Studi Kasus Konten Akun Instagram @bounceback.id

Construction of Mental Health Messages on Social Media Case Study of Instagram Account Content @bounceback.id

Annisa Ghina Fatina*

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Indonesia, Indonesia

Diterima: 26 Februari 2024; Direview: 15 April 2024; Disetujui: 08 Mei 2024

*Corresponding Email: fatina.ghina@gmail.com

Abstrak

Media sosial, khususnya Instagram, menawarkan alternatif untuk menjadi wadah yang positif dalam penggunaannya. Tak terkecuali, informasi yang memiliki stigma seperti kesehatan mental. Hal ini menjadi dasar penelitian untuk mengangkat topik kesehatan mental yang dikonstruksikan secara tulisan maupun visual pada akun Instagram @bounceback.id. Teknik penyusunan pesan pada media sosial digunakan sebagai kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis. Strategi penelitian dilakukan dengan menerapkan studi kasus tunggal yang melihat fenomena ini secara kontemporer dan dekat dengan keseharian masyarakat. Objek penelitian dalam studi ini adalah Instagram @bounceback.id, subjek penelitian adalah tim pembuat konten Instagram @bounceback.id, yaitu para pendiri sebanyak 3 orang, dengan latar belakang sebagai praktisi psikologi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap subjek penelitian, observasi konten Instagram, dan studi pustaka. Teknik analisis data akan dilakukan dengan analisis tematik melalui *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penyusunan konten dari @bounceback.id menggunakan komunikasi strategis yang terencana untuk mencapai tujuannya dalam mengkonstruksikan pesan mengenai kesehatan mental. Strategi ini meliputi pemilihan topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, pemilihan warna pastel yang menimbulkan kesan tenang, penggunaan diksi yang populer, sederhana, dan mudah dipahami oleh audiens.

Kata Kunci: Konstruksi Pesan; Media Sosial; Instagram; Kesehatan Mental.

Abstract

Social media offers an alternative to be a positive forum for its use, especially Instagram where it is used even for a stigmatized subject such as mental health. This research raises the topic of mental health which is constructed in writing and visually on the Instagram account @bounceback.id. Techniques for composing messages on social media are used as a framework for thinking in this research. This research methodology uses a qualitative approach and a constructivist paradigm. The research object in this study is Instagram @bounceback.id, while the research subjects are the people involved in creating messages on Instagram @bounceback.id, namely 3 founders with backgrounds as psychology practitioners. Data collection techniques were carried out using in-depth interviews with research subjects, observing Instagram content, and literature study. Data analysis techniques will be carried out using thematic analysis through *open coding*, *axial coding*, and *selective coding*. The results of this research show that the content preparation strategy from @bounceback.id uses planned strategic communication to achieve its goal of constructing messages about mental. This strategy includes choosing topics that are close to everyday life, choosing pastel colors that create a calm impression, and using popular diction, simple and easy for the audience to understand.

Keywords: Message Construction; Social Media; Instagram; Mental Health.

How to Cite: Fatina, A.G. (2023). Konstruksi Pesan Kesehatan Mental pada Media Sosial Studi Kasus Konten Akun Instagram @bounceback.id. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 1 (3): 127-131.



PENDAHULUAN

Tidak sedikit jurnal ilmiah yang fokus terhadap dampak negatif dalam penggunaan media sosial. Uniknya menurut (Kraut et al., 2002) penggunaan media sosial secara paradoksal dapat memberikan efek positif dalam kegiatan komunikasinya. Mengacu kepada penelitian (Kraut et al., 1998) sebelumnya, bahwa terdapat hubungan kausal terhadap penggunaan media sosial dengan kesejahteraan secara psikologis.

Penggunaan media sosial berdampak signifikan terhadap kesehatan mental. Hal positifnya ini dapat meningkatkan koneksi, meningkatkan harga diri, dan meningkatkan rasa memiliki. Tetapi dampak negatifnya menyebabkan stres yang luar biasa, tekanan untuk membandingkan diri dengan orang lain, dan meningkatkan kesedihan dan isolasi. Penggunaan yang penuh perhatian sangat penting untuk konsumsi media sosial (Zsila & Reyes, 2023).

Sehingga hal ini tidak jarang menjadi sebuah landasan seseorang menjadikan media sosial sebagai bentuk pelarian dan tempat yang dirasa aman terhadap kesehatan mental seseorang. Penelitian sebelumnya oleh (Faelens et al., 2021) melihat frekuensi penggunaan *Social Network Sites* (SNS) memiliki hubungan yang lemah terhadap gejala depresi dalam ambang intensitas penggunaan tertentu. Salah satu wadah media sosial yang mulai menarik banyak perhatian dengan jutaan pengguna aktif adalah Instagram. Konten-konten yang variatif dan dengan teknologi algoritma membuat Instagram tersegmentasi dan tepat sasaran terhadap penggunanya. Salah satu penelitian mengenai Instagram (Wenig & Janetzke, 2022) melihat konten-konten yang dihasilkan oleh Instagram berimplikasi terhadap terpenuhinya sistem pendukung dalam beberapa kondisi penyakit fisik maupun penyakit mental.

Hal ini dikarenakan dengan seiring berkembangnya zaman, informasi yang dibutuhkan seseorang tidak jarang ditemukan melalui media sosial, bahkan untuk topik-topik tabu sekalipun, yaitu kesehatan mental. Instagram sebagai platform tempat berbagi informasi dan menghubungkan satu individu dengan individu lain, menjadi sebuah dukungan positif bagi orang-orang memiliki permasalahan kesehatan mental (Pluta, 2022). Bahkan menurut (Apriliani, 2020) komunikasi yang dimediasi oleh komputer (*Computer-Mediated Communication*) dan dukungan sosial memperlihatkan bahwa dukungan secara elektronik telah menjadi cukup populer bagi hal-hal yang memiliki stigma buruk di masyarakat.

Bounce Back Project, atau yang dapat ditemukan dengan nama akun @bounceback.id di Instagram, merupakan satu dari sekian banyak bentuk pemanfaatan media sosial menyangkut isu kesehatan mental. Akun @bounceback.id fokus terhadap kreasi konten-konten yang menyajikan informasi dalam bentuk tulisan maupun visual mengenai kesehatan mental, dikonstruksikan sedemikian rupa dengan objektif memberikan informasi dan gambaran mengenai kesehatan mental yang dekat dengan keseharian manusia. Secara substansi, konten yang diproduksi oleh akun @bounceback.id mengacu kepada normalisasi hal-hal seperti ekspresi dan pengelolaan emosi, penyakit dan kondisi mental tertentu, serta menampilkan istilah-istilah psikologi yang dibungkus dengan pemilihan warna dan penulisan yang dapat diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh (O'Reilly et al., 2019) menunjukkan bahwa terlepas dari tantangan menggunakan media sosial dan risikonya, media sosial memang menawarkan cara yang berguna untuk mendidik dan menjangkau remaja untuk meningkatkan kesejahteraan mental.

Sedangkan pada penelitian yang dilaksanakan oleh (Moenandar et al., 2022) menyatakan bahwa Berdasarkan hasil penelitian bahwa konten Instagram studio djiwa lebih mengarah pada kesehatan mental disorder dibandingkan dengan yang lain. Penyebutan dalam postingan Instagram studio djiwa lebih mendominasi komunitas Instagram. Hasil penelitian antara kesehatan mental dengan identitas kelompok sosial tidak terdapat hubungan Oleh karena itu, peneliti menyarankan peneliti selanjutnya lebih bijak dalam pemilihan konten dan kategori yang terdapat dalam penelitian, sehingga mendapat data yang beragam.

Berikutnya penelitian yang dilaksanakan oleh (Vaingankar et al., 2022) menunjukkan bahwa kesehatan mental yang positif di kalangan remaja dapat dipengaruhi oleh tiga fitur konsumsi media sosial (koneksi dengan teman dan komunitas global mereka, keterlibatan dengan konten media



sosial, dan nilai media sosial sebagai outlet untuk berekspresi). Melalui ini, jalur yang mengarah ke 5 komponen kesehatan mental positif berikut diidentifikasi: (1) hubungan positif dan modal sosial, (2) konsep diri, (3) mengatasi, (4) kebahagiaan, dan (5) aspek lain yang relevan dari kesehatan mental (misalnya, positif dan pertumbuhan pribadi).

Konstruksi pesan mengenai kesehatan mental ini tidak lepas dari bagaimana orang-orang yang ada di belakang layar memiliki peran dalam mengejawantahkan makna dari kesehatan mental itu sendiri. Berlatar belakang pendidikan psikologi, ketiga pendiri dari @bounceback.id mencoba memberikan gambaran mengenai makna dari kesehatan mental itu sendiri. Sehingga penelitian ini berangkat dari fenomena yang unik, dan dapat ditinjau dengan penggunaan studi kasus dalam observasinya (Laksmi, 2021).

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk meninjau lebih jauh bagaimana strategi konstruksi pesan mengenai kesehatan mental dapat dituangkan di dalam Instagram oleh akun @bounceback.id. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam terhadap 3 narasumber dari tim @bounceback.id diharapkan dapat memberikan gambaran dan opini terhadap bagaimana pemanfaatan Instagram dalam memberikan pesan kesadaran akan kesehatan mental. Sehingga penelitian ini kedepannya diharapkan dapat memberikan referensi lebih luas baik secara akademik maupun praktis mengenai kesehatan mental dan kaitannya dengan pesan yang dibawa dalam Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis bagaimana akun Instagram @bounceback.id dalam mengonstruksi pesan kesehatan mental di media sosial Instagram. Oleh karena itu, peneliti menyusun metode penelitian menggunakan paradigma konstruktivis. (Sayidah, 2018) menjelaskan bahwa paradigma adalah kesatuan sistem berpikir yang meliputi asumsi dasar, pertanyaan penting untuk dijawab atau dipecahkan, dan teknik penelitian yang digunakan. (Maryamah et al., 2021) menjelaskan paradigma berkaitan dengan prinsip-prinsip dasar dan menentukan pandangan dunia peneliti. Sementara itu, (Afandy, 2022) mendefinisikan paradigma sebagai cara pandang tentang dunia. Dalam konteks penelitian, paradigma memberikan gambaran mengenai apa yang penting dan dapat dilakukan. Terdapat sejumlah paradigma dalam penelitian ilmu sosial. (Malik & Nugroho, 2019) menjelaskan terdapat lima paradigma penelitian sosial yaitu positivistik, post-positivistik, konstruktivis, kritis, dan partisipatoris. Kelima paradigma ini memiliki dimensi ontologi, epistemologi, aksiologi, dan metodologi yang berbeda.

Paradigma konstruktivis melihat dunia melalui pengalaman dan merefleksikan pengalaman individu dengan mengkonstruksikan pemahaman dan pengetahuan mereka sendiri tentang dunia tersebut (Sugrah, 2019). Secara ontologi, paradigma konstruktivis melihat realita sosial sebagai hasil konstruksi sehingga kebenaran sebuah realitas bersifat relatif sesuai konteks dari hasil konstruksi yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Secara epistemologi, konstruktivis melihat bahwa kebenaran bisa didapatkan jika peneliti terlibat dengan objek yang diteliti.

Secara aksiologi, konstruktivis memahami realitas dari sisi pelaku sosial. Peneliti berperan sebagai fasilitator yang menceritakan kembali bagaimana aktor sosial memahami realitas dengan cara yang beragam. Secara metodologi, paradigma konstruktivis melakukan penelitian dengan cara berinteraksi dengan informan untuk merekonstruksi realitas yang diteliti. Tujuan penelitian konstruktivis adalah untuk sebisa mungkin menyerahkan sepenuhnya kepada pandangan informan mengenai situasi, penelitian konstruktivis menghasilkan atau mengembangkan teori secara induktif dengan melihat pola makna, tidak seperti penelitian positivis atau post positivis yang berangkat dari teori. Penelitian konstruktivis seringkali menggiring pertanyaan pada proses (Destalia, 2019).

Peneliti memilih menggunakan paradigma konstruktivis karena paradigma ini dapat membantu untuk memahami pengetahuan subjek dalam merekonstruksi realitas yang diteliti. Paradigma konstruktivis dinilai tepat digunakan karena penelitian ini fokus pada konstruksi pesan kesehatan mental di akun Instagram @bounceback.id. Pesan dibuat oleh aktor-aktor sosial yang ada di balik media sosial tersebut.



Selain itu, penelitian ini didesain menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami bagaimana konstruksi pesan kesehatan mental di akun Instagram @bounceback.id. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menempatkan peneliti di dalam suatu fenomena. Metode penelitian kualitatif dapat menjelaskan realitas yang kompleks dan melihat konteks permasalahan secara utuh dengan fokus pada proses. Pendekatan kualitatif menggunakan logika induktif dan menekankan pada kata-kata bukan pada hitungan angka dalam pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini berangkat dari asumsi bahwa realitas merupakan konstruksi sosial dan menekankan pada subjek penelitian atau aktor yang terlibat. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan pemahaman yang terkontekstualisasi, menginterpretasi, dan memahami perspektif aktor sosial. Penelitian kualitatif juga bertujuan untuk mendapatkan deskripsi yang detail dan kaya dari subjek yang diteliti (Muhamad, 2019).

Peneliti akan memahami konstruksi pesan dengan menyeluruh dan kontekstual. Peneliti juga akan fokus pada aktor sosial yang ada di balik pesan di Instagram @bounceback.id. Dalam menganalisis data, peneliti bergerak dari khusus ke umum untuk menemukan pola sehingga dapat dibuat sebuah hipotesis. Lalu, data yang dikumpulkan akan disajikan dalam laporan yang menjelaskan secara rinci dan komprehensif.

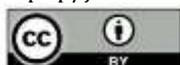
Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti berharap dapat mengetahui bagaimana pesan kesehatan mental dikonstruksikan melalui akun Instagram @bounceback.id. Pendekatan ini dapat membantu peneliti menyajikan informasi dan melaporkan pandangan serta pengetahuan informan dalam mengonstruksi pesan di media sosial.

Penelitian ini akan menggunakan strategi penelitian studi kasus. Peneliti menilai bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian yang tepat untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian mengenai konstruksi pesan kesehatan di media sosial @bounceback.id. Penelitian studi kasus memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi yang rinci dan kaya, meliputi dimensi-dimensi sebuah kasus atau beberapa kasus yang kecil, dalam rentang yang luas (Kartika, 2019).

Terdapat dua desain penelitian studi kasus yakni studi kasus tunggal dan studi kasus majemuk. Studi kasus tunggal merupakan studi yang hanya berfokus pada satu kasus saja. Sedangkan studi kasus majemuk menganalisis sejumlah kasus sekaligus. Penelitian ini akan menggunakan studi kasus tunggal untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian. Studi kasus tunggal memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam yang spesifik tentang kejadian tertentu dari sebuah fenomena (Putra, 2022). Dalam konteks penelitian ini, studi kasus tunggal yang digunakan fokus pada akun Instagram @bounceback.id. Peneliti melihat bahwa Instagram @bounceback.id merupakan suatu fenomena yang unik dan khas karena memiliki konten yang menarik dalam menggambarkan kesehatan mental yang kerap dianggap tabu. Oleh karena itu, Instagram @bounceback.id menjadi kasus dalam penelitian ini.

Penelitian studi kasus merupakan strategi yang cocok untuk penelitian yang memiliki pokok permasalahan berkaitan dengan bagaimana dan mengapa. Studi kasus tepat digunakan pada penelitian yang bersifat eksplanatori yaitu penelitian untuk menggali penjelasan kausalitas yang terkandung dalam objek yang diteliti (Padmawati, 2019). Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian ini yakni mengetahui bagaimana konstruksi pesan kesehatan di media sosial @bounceback.id. Selain itu, fokus penelitian studi kasus terletak pada fenomena masa kini. Objek yang diteliti diangkat dari kasus kontemporer yaitu sedang berlangsung atau telah berlangsung tetapi masih menyisakan dampak dan pengaruh yang luas dan kuat pada saat penelitian dilakukan. Hal ini sesuai dengan @bounceback.id yang aktif di Instagram membagikan konten-konten kesehatan mental.

Objek penelitian dalam studi ini adalah akun Instagram @bounceback.id. Objek penelitian adalah inti dari apa yang ingin diteliti dan dapat ditentukan setelah menemukan fokus sebuah penelitian (Djaali, 2020), @bounceback.id merupakan komunitas daring yang menyediakan ruang untuk berbagi cerita dan bangkit bersama. Gerakan ini mengajak setiap orang untuk peduli pada kesehatan mental dan bangkit kembali. Sementara itu, subjek penelitian dalam studi ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam proses pembuatan pesan di media sosial @bounceback.id. Subjek penelitian dalam pendekatan kualitatif berjumlah lebih sedikit dibandingkan penelitian kuantitatif karena tidak bertujuan untuk merepresentasikan seluruh



populasi (Sekaran, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini akan memilih informan dengan metode *non-random* atau *purposive recruitment*.

Dalam memilih informan, terdapat pertimbangan tertentu atau *deliberate* yakni informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang kaya akan informasi mengenai topik yang diteliti. Penentuan informan dilakukan berdasarkan konsep dan bertujuan agar dapat menjawab permasalahan dan tujuan penelitian ini, yaitu bagaimana konstruksi pesan di media sosial Instagram @bounceback.id. Peneliti memilih tiga informan yang merupakan founder dari @bounceback.id. Peneliti meminta informan untuk menjadi subjek penelitian dan menyediakan waktu untuk melakukan wawancara mendalam.

Untuk mendapatkan jawaban dalam permasalahan yang diteliti, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui sejumlah cara yakni wawancara mendalam atau *in-depth interview*, observasi, dan studi pustaka. Wawancara adalah percakapan tanya jawab yang diarahkan untuk memperoleh data penelitian. Wawancara mendalam merupakan proses wawancara untuk mendapatkan jawaban yang menyeluruh dari informan. Wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini bersifat eksploratif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman komprehensif dari sudut pandang informan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan konstruksi pendapat, pandangan, dan keyakinan individu terkait topik yang diteliti.

Pada studi ini, wawancara akan dilakukan secara semi terstruktur. Teknik wawancara ini dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebagai panduan wawancara yang sesuai dengan tujuan penelitian. Namun, saat proses wawancara, peneliti tidak terpaku pada daftar pertanyaan tersebut. Panduan wawancara dijadikan alat untuk memastikan bahwa semua data yang diinginkan dari informan telah terpenuhi selama proses wawancara (Nawawi, 2020). Wawancara dibuat mengalir seperti percakapan biasa untuk mendapatkan data yang benar-benar menggambarkan realitas. Metode ini memungkinkan berkembangnya pertanyaan-pertanyaan lanjutan untuk lebih mendalami permasalahan penelitian dalam studi ini.

Agar informan dapat terbuka saat proses wawancara, peneliti akan membangun rapport atau kedekatan terlebih dahulu dengan informan. Setelah itu, saat proses wawancara, peneliti akan menerapkan teknik *probing* atau menyelidiki untuk mendapatkan penjelasan mengenai objek penelitian. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana proses konstruksi pesan di Instagram @bounceback.id. Sebelum mewawancarai informan, peneliti akan terlebih dahulu membuat kesepakatan mengenai waktu dan tempat wawancara dilaksanakan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan suasana yang nyaman di waktu luang sehingga informan dapat memberikan informasi yang mendalam.

Sementara itu, observasi bertujuan untuk mendeskripsikan hal-hal yang dipelajari, aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat dari perspektif mereka yang terlibat dalam kejadian yang diamati (Nawawi, 2020). Pada penelitian ini, observasi termasuk dalam data primer. Peneliti melakukan observasi terhadap unggahan Instagram akun @bounceback.id. Peneliti melakukan pengamatan terhadap konten yang diunggah mulai dari pemilihan diksi, desain, dan warna. Peneliti juga mengamati interaksi yang terjadi pada setiap unggahan seperti jumlah *likes*, *comment*, dan *share*. Penelitian ini juga melakukan pengumpulan data melalui studi pustaka sebagai data sekunder. Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dengan mencari informasi sesuai dengan topik yang dibahas. Studi pustaka dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan pencarian informasi di jurnal, artikel media, dan website terkait dengan topik penelitian.

Setelah data dikumpulkan. Peneliti melakukan teknik analisis data. Teknik analisis data adalah proses mengatur urutan data lalu mengorganisasikannya ke dalam suatu pola kategori, dan satuan uraian dasar (Fadli, 2021). Analisis data mencakup presentasi data-data empiris maupun interpretasi data-data ke dalam dasar-dasar teori yang sudah dikenal sebelumnya. Interpretasi data adalah kegiatan memberi arti signifikan terhadap analisis data, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi uraian. Data yang sudah dikumpulkan melalui wawancara mendalam akan dianalisis untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai kasus yang diteliti. Setelah melakukan wawancara, peneliti akan mendengarkan ulang rekaman wawancara



dan membuat transkrip wawancara. Langkah ini bertujuan agar ide atau informasi yang didapat segera tercatat dengan rinci (Nawawi, 2020). Transkrip akan dibuat secara verbatim. Peneliti juga akan menambahkan catatan berupa interaksi lain seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, nada suara, dan hal-hal lain yang terjadi saat wawancara berlangsung.

Setelah itu, peneliti akan melakukan analisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik. Pada analisis tematik, peneliti menggunakan kemampuannya untuk mengenali pola-pola yang terdapat dalam informasi yang acak (Fadli, 2021). Peneliti harus jeli melihat atau mengenali tema atau pola yang ada di dalam data. Tema atau pola itulah yang kemudian akan diolah menjadi temuan penelitian. Untuk mendapatkan tema ini, peneliti akan melakukan coding yang dimulai dengan open coding, axial coding, dan selective coding.

Teks dalam transkrip akan dianalisis menggunakan metode pengodean terbuka atau open coding. Langkah ini bertujuan untuk membagi data dan menggambarkan konsep yang mewakili tema. Open coding dilakukan dengan membaca transkrip lalu mengidentifikasi kata dan frasa yang bermakna dan signifikan dalam penelitian. Setelah itu, kata dan frasa tersebut akan dikelompokkan dalam tema yang lebih besar. Proses coding akan berlanjut dengan tahap axial coding. Pada proses ini, peneliti akan mengorganisasikan tema-tema dan mengidentifikasi konsep kunci dalam analisis.

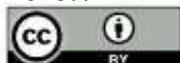
Peneliti menghubungkan tema dan melihat kemungkinan untuk memecah tema menjadi bagian yang lebih spesifik. Proses ini memungkinkan munculnya tema atau pernyataan baru. Terakhir, peneliti melakukan *selective coding* yakni tema-tema yang muncul akan diintegrasikan menjadi sejumlah tema mayor yang kohesif. Tema-tema besar itulah yang akan dipaparkan menjadi temuan penelitian.

Selain itu, peneliti juga memastikan keabsahan data penelitian. Keabsahan data merupakan salah satu aspek penting dalam penelitian kualitatif untuk menilai kualitas dari hasil penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Keabsahan data bertujuan untuk mengevaluasi penelitian sehingga mendapatkan temuan yang kredibel. Menurut (Ansori, 2020) terdapat empat cara untuk mendapatkan keabsahan data yakni *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

Credibility atau kredibilitas dalam studi kualitatif terletak pada keberhasilan dalam mencapai penggalan masalah atau mendeskripsikan proses. Untuk melakukan hal ini, peneliti perlu memastikan bahwa semua sumber data, informan yang ditetapkan mengacu pada teori yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sumber data yang dapat diverifikasi dan diandalkan. *Transferability* berarti suatu penelitian pada kasus tertentu dapat diaplikasikan pada kelompok lain. Oleh karena itu, peneliti perlu mencari dan mengumpulkan data empiris yang cukup sesuai dengan konteks penelitian. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti lain maupun pegiat media sosial untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. *Dependability* atau kebergantungan merupakan penilaian ketepatan dalam mengkonseptualkan apa yang diteliti menurut standar realitas. *Confirmability* atau kepastian terkait dengan konsep objektivitas yang berarti dapat dipercaya atau bisa dipertanggungjawabkan secara akademik. Artinya, sumber data yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini temuan yang didapatkan dicocokkan kembali dengan data yang tersedia sehingga data dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki bukti yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode wawancara yang dilakukan kepada ketiga informan yang berperan sebagai founders dari @bounceback.id memberikan gambaran strategis dalam memproduksi konten di Instagram. Ketiga informan setuju bahwa instagram merupakan wadah edukatif dan tempat untuk mendapatkan informasi ide baru, serta kesempatan untuk terkoneksi dengan orang baru. Namun Sebagian besar informan melihat bahwa penggunaan media sosial dan kaitannya dengan media sosial dapat dilihat dari segi positif maupun negatif. Semua informan menganggap dengan memilih instagram sebagai wadah untuk menyampaikan pesan dikarenakan jangkauan yang lebih luas dari segi penggunaan dan dari usaha yang perlu dikeluarkan dalam membuat sebuah konten. Kemudian dalam hal memaknai arti kesehatan mental dalam pandangan pribadi, ketiga informan



memaknai kesehatan mental sebagai representasi individu yang dapat berfungsi dengan baik untuk dirinya maupun terhadap orang lain secara sosial. Seperti halnya yang dikatakan oleh Cangara dalam (Nurmalinda & Purworini, 2022) menyatakan bahwa Instagram sebagai media sosial mampu menjadi sarana yang tepat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada public.

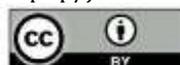
Semua informan memaknai perspektif kesehatan mental sebagai representasi dari seorang individu yang dapat berfungsi dengan baik untuk dirinya maupun terhadap orang lain secara sosial. Dimana apabila ditelaah dengan menggunakan referensi *World Health Organisation* (WHO), yaitu mengetahui kelebihan dan kekurangan diri, mampu menyelesaikan permasalahan hidupnya sehari-hari, aktif menjalankan perannya dalam kehidupan sehari-hari, dan dapat merefleksikan dirinya untuk bermanfaat bagi orang lain. Para informan juga sependapat bahwa kesehatan mental bersifat dinamis dan apabila dari segi hambatannya, kesehatan mental pada seseorang tidak terlihat namun memiliki efek yang besar terhadap seorang individu. Dalam hal peranan kesehatan mental, semua informan setuju bahwa kesehatan mental penting bagi mereka. Bagaimana kesehatan mental dapat merefleksikan diri seorang individu, bagaimana mereka dapat mengakui kesalahannya, dan bagaimana cara kita menerima sesuatu hal dengan lapang dada. Seperti halnya yang dikatakan oleh (Santoso, 2019) bahwa secara lebih luas kesehatan mental diartikan sebagai kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan diri sendiri, dengan orang lain dan dengan masyarakat serta lingkungan di mana ia hidup.

Terkait stigma kesehatan mental di jaman sekarang, para informan menyadari bahwa kesadaran tersebut sudah mulai terlihat dengan banyaknya edukasi tentang kesehatan mental di Indonesia. Hal ini apabila ditelusuri pada kurun waktu sebelumnya dimana menurut para informan tidak semua gangguan mental itu adalah orang dengan gangguan jiwa (ODGJ). Stigma tersebut dinilai sudah berkurang seiring dengan berkembangnya jaman dan banyaknya literasi terkait kesehatan mental. Seperti halnya yang dikatakan oleh (Putri et al., 2021) bahwa perlunya edukasi kesehatan mental untuk meningkatkan kesadaran serta menekan memburuknya kasus gangguan mental.

Para informan berharap perspektif pesan yang mereka sampaikan di Instagram @bounceback.id dapat diterima dan dipahami oleh publik dan para followersnya. Walaupun di awal ada beberapa tantangan dalam menerapkan pesan kesehatan mental di Instagram namun para informan berharap publik dan followers dari @bounceback.id dapat melihat pesan mereka dan kemudian bisa memahami isi dari pesan tersebut yang mungkin berhubungan langsung dengan mereka. Bounceback.id sebagai salah satu komunitas yang aktif membahas kesehatan mental mempunyai visi dan misi yang ingin mereka sampaikan kepada komunitasnya, yang antara lain adalah

1. Fokus di resiliensi khususnya untuk anak-anak dan remaja untuk bangkit dari kondisi yang tidak mudah bagi mereka dan mendukung agar mereka dapat bangkit dari keterpurukan ataupun kegagalan.
2. Penyertaan terhadap anak-anak di lingkungan rentan supaya mereka bisa lebih menerima dukungan dalam hal penerapan emosi dan kesehatan mentalnya.

Semua informan mengemukakan cara yang dilakukan dalam merancang pesan kesehatan mental di media sosial Instagram. Pertama, mereka melakukan pemilihan tema atau topik yang akan diangkat menjadi sebuah unggahan di Instagram. Awalnya, @bounceback.id merancang konten per bulan dan per tahun. Konten dibuat secara tematik sesuai dengan kejadian atau acara yang sedang berlangsung, misalnya konten untuk merayakan Hari Kesehatan Mental Sedunia di bulan Oktober dan refleksi akhir tahun di bulan Desember. Kemudian, untuk topik-topik yang diunggah harian atau mingguan, informan mengandalkan kepekaan mereka sebagai psikolog klinis terhadap suatu isu. Topik yang diangkat dapat bersumber dari isu yang sedang hangat di masyarakat, terinspirasi dari buku psikologi, atau terinspirasi dari kasus yang dihadapi oleh klien atau orang yang mereka temui saat bertugas menjadi psikolog. Topik-topik ini kemudian didiskusikan bersama untuk mendapatkan suatu bahasan yang tajam.



Dalam pemilihan topik, terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan oleh informan. Topik-topik tersebut haruslah tidak memicu suatu kondisi tertentu terhadap audiens atau dikenal dengan istilah trigger. Selain itu, topik yang dipilih bukanlah topik yang rentan terhadap diagnosis sendiri atau self diagnose oleh audiens. Selain itu, topik yang diangkat bukan merujuk pada kasus yang dialami seseorang melainkan bahasan yang terkait dengan kesehatan mental.

Topik yang diangkat juga harus didukung kuat oleh penelitian atau studi terkait dan sumber yang valid. Setelah mempertimbangkan hal-hal tersebut, topik dapat diolah menjadi sebuah unggahan Instagram. Dalam satu unggahan Instagram, umumnya hanya terdapat satu ide utama yang berisi 4-5 slides saja. Ide pendukung dapat dibuat dalam konten terpisah. Misalnya, konten mengenai topik depresi akan dibuat satu unggahan berisi 4-5 slides mengenai apa depresi. Lalu, terdapat pula konten pendukung yang berisi 4-5 slides yang membahas bagaimana menangani depresi. Dua konten ini akan diunggah berurutan dalam waktu yang berbeda. Hal ini bertujuan agar audiens dapat benar-benar menangkap maksud dari unggahan tersebut.

Informan akan mengolah ide konten tersebut ke dalam dokumen kerja bersama yakni di Canva. Software ini memungkinkan informan mendesain konten Instagram bersama-sama secara online dan real time. Dalam membuat konten unggahan Instagram terkait kesehatan mental tersebut, informan memperhatikan bahasa yang digunakan dan desain yang dipilih. Informan mengaku sangat berhati-hati dalam memilih kata dan desain agar tidak memicu kondisi tertentu seperti hyperarousal dan hypoarousal yakni kondisi saat seseorang menjadi waspada karena mengingat trauma. Pemilihan bahasa dan desain yang tidak tepat dapat membuat suasana hati seseorang berubah menjadi sedih atau marah.

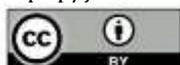
Oleh karena itu, bahasa yang digunakan harus merupakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh target audiens yakni usia remaja hingga dewasa atau 16-35 tahun. Penulisan dirangkai menggunakan bahasa populer dan informal. Nada bahasa yang digunakan umumnya berupa bahasa yang edukatif, lembut, dan menyenangkan. Informan sebisa mungkin menghindari bahasa yang sulit dimengerti atau menggunakan bahasa Inggris. Penggunaan istilah psikologi tertentu dapat dipertimbangkan dengan memberikan penjelasan tambahan. Di bagian akhir, biasanya informan akan menyelipkan pertanyaan sederhana untuk memicu interaksi dengan audiens sehingga audiens dapat memberikan pendapat mereka di kolom komentar.

Sedangkan untuk tulisan pada caption atau keterangan foto, informan juga menerapkan penggunaan bahasa yang sederhana. Ada kalanya mereka menggunakan *caption* yang panjang dan juga *caption* yang pendek. Tujuan penulisan keterangan gambar atau *caption* adalah untuk memberikan penjelasan tambahan dari konten yang diunggah. Sementara itu, dari segi desain, informan memperhatikan gambar atau simbol yang digunakan serta pemilihan warna dan font tulisan. Gambar yang digunakan merupakan gambar yang mewakili tulisan atau sesuai dengan tulisan. Kemudian, warna yang digunakan cenderung merupakan warna-warna netral yang nyaman dipandang seperti warna-warna dengan tone pastel. *Font* tulisan yang dipilih adalah font yang simple dan mudah dibaca. Seperti halnya yang dikatakan oleh (Hansudoh et al., 2021) bahwa perancangan konten instagram yang memberikan informasi terkait fokus tertentu memang perlu dilakukan. Sehingga diharapkan konten ini bisa menjadi tempat bagi penonton untuk mendapatkan informasi, edukasi.

Setelah semuanya disusun, informan akan mendiskusikan kembali hasil konten untuk membahas kelayakan konten. Setelah itu, konten dapat diunggah ke Instagram pada waktu tertentu. Rancangan konten ini dibuat dengan menarik karena sejumlah tujuan. Informan mengaku ingin agar konten yang dibuatnya dilihat oleh audiens dan audiens merasa terhubung dengan konten tersebut. Kemudian informan juga ingin agar konten tersebut dibagikan ke orang lain. Melalui konten itu, informan ingin agar audiens dapat menambah wawasan dan sarana untuk refleksi diri.

SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis bagaimana komunitas kesehatan mental menyampaikan pesan di media sosial, khususnya Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan oleh akun @bounceback.id untuk menjadi wadah penyampaian pesan melalui

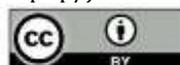


konten yang dibuat secara strategis. Wadah media sosial satu ini menjadi pendukung utama bagi orang-orang di belakang layar akun @bounceback.id untuk dapat mengekspresikan hal-hal yang mungkin tidak selalu memiliki ruang di dunia nyata. Akun @bounceback.id yang digerakan oleh 3 founders menjadi salah satu akun yang memiliki strategi sendiri dalam memproduksi konten dan menyampaikan makna kesehatan mental yang dapat diterima oleh audiens.

Komunikasi strategis dan penyusunan pesan dilakukan oleh @bounceback.id dalam mengkonstruksikan pesan mengenai kesehatan mental untuk membangun pemahaman dan dukungan dari *target audience*. Strategi penyusunan konten oleh @bounceback.id untuk menjelaskan kesehatan mental meliputi pemilihan topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, pemilihan warna pastel yang menimbulkan kesan tenang, penggunaan diksi yang populer, sederhana, dan mudah dipahami oleh audiens. Keterbatasan dari penelitian ini adalah sampling yang sangat kecil yaitu hanya fokus terhadap satu akun Instagram. Rekomendasi untuk penelitian berikutnya adalah pengembangan topik yang sama dengan disertai sampling yang lebih besar. Serta beberapa pilihan secara geografis untuk dapat benar-benar melihat peran media sosial khususnya Instagram dalam konstruksi makna sebuah fenomena.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandy, D. C. (2022). Pola Komunikasi Groupthink Dalam Komunitas Suporter Sepak Bola (Studi Fenomenologi Komunitas Bonek Liar Ponorogo) [Bachelor Thesis Thesis]. Universitas Multimedia Nusantara.
- Ansori, M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2. Airlangga University Press.
- Apriliani, S. R. (2020). Computer-Mediated Communication Sebagai Sarana Presentasi Diri Guru Paud. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)*, 02(02), 80–94.
- Destalia, T. (2019). Pembingkai Berita Kenaikan Gaji Pns (Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki Untuk Berita Kenaikan Gaji Pns Koran Harian Tribun Jabar Edisi 09 Maret 2019) [Other Thesis]. Universitas Komputer Indonesia.
- Djaali. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Bumi Aksara.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/Hum.V21i1.38075>
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Cambier, R., Van Put, J., Van De Putte, E., De Raedt, R., & Koster, E. H. W. (2021). The Relationship Between Instagram Use And Indicators Of Mental Health: A Systematic Review. *Computers In Human Behavior Reports*, 4, 100121. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>
- Hansudoh, P. Y., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). Perancangan Desain Konten Instagram Sebagai Media Informasi Kecantikan. *Jurnal Dkv Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1(18).
- Kartika, N. M. (2019). Roses Belajar Otodidak Untuk Meningkatkan Kreativitas Pemain Keyboard Band Komunitas Band In Bandung [S2 Thesis]. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford A. (2002). Internet Of Paradox. *Journal Of Social Issues*, 58(01), 49–74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement And Psychological Well-Being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.53.9.1017>
- Laksmi. (2021). Metode Penelitian Perpustakaan. Universitas Terbuka.
- Malik, A., & Nugroho, A. D. (2019). Menuju Paradigma Penelitian Sosiologi Yang Integratif. *Sosiologi Reflektif*, 10(02).
- Maryamah, A. F., Syukri, A., Badarussyamsi, B., & Rizki, A. F. (2021). Paradigma Keilmuan Islam. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4(2).
- Moenandar, V. E., Wibowo, K. A., & Fuady, I. (2022). Analisis Konten Kesehatan Mental Pada Instagram Studio Djiwa. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6(2), 583–591.
- Muhamad, K. (2019). Peranan Anggota Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda Nyalindung Dalam Pengelolaan Situs Sejarah Di Desa Nyalindung Kabupaten Bandung Barat [Other Thesis]. Universitas Komputer Indonesia.
- Nawawi, H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. Cv Pustaka Ilmu.
- Nurmalinda, Y., & Purworini, D. (2022). Pengaruh Instagram Sebagai Media Pemberitaan Covid 19 Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa. *Jurnal Common*, 6(1), 73–85. <https://doi.org/10.34010/Common.V6i1.7193>



- O'reilly, M., Dogra, N., Hughes, J., Reilly, P., George, R., & Whiteman, N. (2019). Potential Of Social Media In Promoting Mental Health In Adolescents. *Health Promotion International*, 34(5), 981–991. <https://doi.org/10.1093/heapro/day056>
- Padmawati, H. (2019). Strategi Pemberdayaan Guru Militer Pada Lembaga Pendidikan Jajaran Kodiklat TNI Ad Di Wilayah Cimahi [S2 Thesis]. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Pluta, M. (2022). Online Self-Disclosure And Social Sharing Of Emotions Of Women With Breast Cancer Using Instagram–Qualitative Conventional Content Analysis. *Chronic Illness*, 18(4), 834–848. <https://doi.org/10.1177/17423953211039778>
- Putra, A. A. (2022). Analisis Cinta Keluarga Pernikahan Beda Agama [Undergraduate Thesis]. Iain Kudus.
- Putri, N. A. S., Juhri, N. A., & Asy'ari, A. H. (2021). Edukasi Daring Untuk Pengelolaan Kesehatan Mental Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(2), 151–164.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen. Deepublish.
- Santoso, M. B. (2019). Kesehatan Mental Dalam Perspektif Pekerjaan Sosial. *Share: Social Work Jurnal*, 6(1), 148–153.
- Sayidah, N. (2018). Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian. Zifatama Jawa.
- Sekaran, U. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis. Salemba Empat.
- Sugrah, N. (2019). Mplementasi Teori Belajar Konstruktivisme Dalam Pembelajaran Sains. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 19(2).
- Vaingankar, J. A., Van Dam, R. M., Samari, E., Chang, S., Seow, E., Chua, Y. C., Luo, N., Verma, S., & Subramaniam, M. (2022). Social Media–Driven Routes To Positive Mental Health Among Youth: Qualitative Enquiry And Concept Mapping Study. *Jmir Pediatrics And Parenting*, 5(1), E32758. <https://doi.org/10.2196/32758>
- Wenig, V., & Janetzke, H. (2022). That You Just Know That You're Not Alone And Other People Have Gone Through It Too" Eating Disorder Recovery Accounts On Instagram As A Chance For Self Help? A Qualitative Interview Study Among People Affected And Self Help Experts. *Int J Environ Res Public Health*, 19(18).
- Zsila, Á., & Reyes, M. E. S. (2023). Pros & Cons: Impacts Of Social Media On Mental Health. *Bmc Psychology*, 11(1), 201. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01243-x>

